

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI TORINO
FACOLTÀ DI LETTERE E FILOSOFIA
CORSO DI LAUREA SPECIALISTICA IN
COMUNICAZIONE MULTIMEDIALE E DI MASSA



TESI DI LAUREA SPECIALISTICA

Comunità e social network nel Web 2.0
Il caso di Lamoneta.it

Relatore

Prof. Luciano Paccagnella

Candidato

Francesco Fragapane

Matr. 270215

Anno Accademico 2007-2008

Ai miei genitori

INDICE

Introduzione	1
1. Individui connessi e comunità on-line	3
1.1 La comunicazione in Rete	3
1.2 Approcci teorici e sviluppi metodologici	6
1.3 La svolta etnografica	10
1.4 La crisi del paradigma postmodernista	15
1.5 La metafora comunitaria.....	21
1.6 Una definizione ambigua.....	24
1.7 <i>Una, nessuna, centomila comunità</i>	30
2. La numismatica alla conquista del web	38
2.1 Studiare e collezionare monete.....	38
2.2 Una passione coltivata in Rete	40
2.3 Siti amatoriali	42
2.4 Siti commerciali.....	44
2.5 Portali tematici.....	47
2.6 Siti istituzionali.....	51
2.7 Aste e riviste on-line.....	57
2.8 Il successo di Lamoneta.it	61
3. Digito ergo sum.....	65
3.1 Lamonetiani si diventa.....	65
3.2 Identità virtuali o reali?.....	68
3.3 Gerarchie e socialità	79
3.4 Linguaggio e standard comunicativi	86
3.5 Il sistema normativo di Lamoneta.it	96
4. Un laboratorio della partecipazione collaborativa	110
4.1 La svolta del Web 2.0	110
4.2 Dalle comunità ai reticoli sociali	115
4.3 I “progetti aperti” di Lamoneta.it	120
4.4 Forme di convergenza tra web e <i>real life</i>	134
Riflessioni conclusive.....	140

Appendice	I
A. Lista dei siti analizzati	II
B. Una celebre vignetta di Peter Steiner	VIII
C. Elementi caratteristici del Forum	IX
D. Il regolamento di Lamoneta.it	XI
E. Il “Decalogo del buon Lamonetiano”	XIX
F. Frequently Asked Questions	XXIII
 Riferimenti bibliografici	 XLII

Introduzione

L'idea di realizzare un lavoro etnografico sul portale numismatico di Lamoneta.it nasce dal desiderio di studiare due fenomeni apparentemente inconciliabili, quali la numismatica e le comunità on-line. Ambiti di diversa natura che hanno sempre esercitato un grande fascino su di me e che, grazie alle enormi potenzialità di Internet, hanno finito col convergere in un universo digitale fatto di comunicazione, collezionismo e cultura.

Il sito di Lamoneta.it non rappresenta semplicemente un forum di discussione dedicato a tematiche numismatiche, ma una realtà ben più complessa e articolata che, associando un mix di canali comunicativi ad una serie di ambiziosi progetti è riuscita a diventare in pochi anni il punto di riferimento per migliaia di collezionisti e appassionati, rivoluzionando per sempre il panorama della numismatica italiana sul web.

L'attuale fisionomia di Lamoneta.it è venuta delineandosi gradualmente, trasformando l'originario portale tematico in un vasto network relazionale basato su forme di aggregazione e di partecipazione, tipicamente riconducibili al web 2.0, che hanno favorito l'emergere di una comunità socialmente organizzata e orientata alla divulgazione e alla promozione della cultura numismatica, alla condivisione di conoscenze, risorse e strumenti e alla creazione cooperativa di sapere specialistico.

L'obiettivo di questa tesi è quindi duplice: analizzare le dinamiche sottese alla comunità degli utenti di Lamoneta.it, focalizzando l'attenzione su aspetti chiave come la costruzione del Sé negli ambienti virtuali e sulle forme di socialità rintracciabili all'interno dei gruppi basati sulla comunicazione mediata da computer, e contestualizzare il caso specifico di Lamoneta.it nel più ampio scenario numismatico offerto dalla Rete, evidenziando caratteristiche, limiti e prospettive dei siti italiani.

Lo studio è stato condotto adottando un approccio metodologico di tipo qualitativo, noto come "etnografia dei media" e utilizzato abitualmente da sociologi e antropologi per svolgere *ricerche sul campo*. La tecnica usata per la raccolta e l'analisi dei dati è stata l'*osservazione partecipante*, attuata in modo sistematico da luglio 2007 a marzo 2008, alla quale sono state affiancate altre tecniche come l'*analisi documentaria* del materiale informativo presente sul sito e le *interviste non-strutturate* ai membri dello staff di Lamoneta.it.

Naturalmente, il fatto di essere un *insider*, cioè un membro della *comunità lamonetiana* sin dal febbraio del 2005, è stato per me un grande vantaggio e mi ha permesso di indagare al meglio temi, aspetti e *frames* comunicativi meno accessibili ad un completo *outsider*, quale

può essere un ricercatore puro. Tuttavia, è stato necessario fare molta attenzione nel valutare i fenomeni presi in esame per evitare che la mia “posizione privilegiata” causasse un rischioso *going native*, vale a dire un pericoloso processo di immedesimazione con l’oggetto di studio, invalidando così i risultati ottenuti e l’obiettività delle mie riflessioni.

Per quanto riguarda la stesura del testo, ho scelto di suddividere le principali tematiche affrontate in quattro capitoli con finalità e argomentazioni distinte. Il primo intende illustrare tutti gli aspetti relativi alla storia della comunicazione in Rete, dalla telematica al web [1.1], passando in rassegna gli approcci teorici e gli sviluppi metodologici [1.2] che hanno segnato il campo disciplinare della CMC, fino a determinare la svolta etnografica [1.3] e la crisi del paradigma postmodernista radicale [1.4]. Segue un’analisi critica della metafora comunitaria, secondo la visione dei maggiori sociologi del ‘900 [1.5], approfondendo i controversi costrutti teorici elaborati nel corso degli anni ‘90 [1.6] e operando un’attenta disamina delle principali definizioni formulate di recente [1.7].

Il secondo capitolo è interamente dedicato allo studio di un fenomeno emergente che ho definito *webnumismatica*, facendo riferimento all’incremento di siti e portali che si occupano, a vario titolo, di numismatica [2.1] e del collezionismo di monete [2.2]. Questa seconda parte della tesi offre una dettagliata panoramica sulla situazione della numismatica italiana in Rete, attraverso i risultati di un’indagine condotta su 150 siti, catalogati tra luglio e dicembre 2007 e suddivisi in sei categorie: siti amatoriali [2.3], siti commerciali [2.4], portali tematici [2.5], siti istituzionali [2.6], aste e riviste on-line [2.7]. Conclude il capitolo una breve descrizione delle innovazioni e del successo di Lamoneta.it [2.8].

Nel terzo capitolo, l’argomento di assoluta centralità è rappresentato dalla comunità dei *lamonetiani* [3.1]. Vengono studiati, in particolar modo, i processi di costruzione del *cyberself* (analizzando elementi come il *nickname*, l’*avatar* e la *firma* degli utenti) [3.2], la gerarchia e i ruoli che caratterizzano la struttura e la socialità del gruppo [3.3], il linguaggio e gli standard comunicativi sviluppati e utilizzati all’interno della comunità come una sorta di *gergo* [3.4] e il sistema normativo che regola i rapporti fra gli utenti [3.5].

Infine, il quarto capitolo è riservato alla trattazione degli altri progetti ideati e promossi dal portale, parallelamente al Forum. Sono iniziative ispirate alla concezione partecipativa e collaborativa del web 2.0 [4.1] e spingono la comunità di Lamoneta.it a configurarsi come un autentico *social network* [4.2], finalizzato alla condivisione di relazioni, valori ed esperienze e alla divulgazione del sapere numismatico. Fra i “progetti aperti”, grande spazio è stato dato a Lamonetapedia, Numisbay e i Cataloghi [4.3]; mentre l’ultimo paragrafo presenta i fenomeni di convergenza tra *Cyberspazio* e *real life* [4.4].

1. Individui connessi e comunità on-line

1.1 La comunicazione in Rete

La storia della telematica, intesa come forma di comunicazione a distanza attraverso reti di computer, ha inizio negli anni '60 grazie ad una serie di progetti sviluppati dai ricercatori americani dell'ARPA (Advanced Research Project Agency), con l'obiettivo di costruire un network informatico in grado di connettere elaboratori elettronici dispersi spazialmente massimizzando il *time sharing* e la condivisione di risorse di calcolo. La prima vera rete, costituita da appena quattro nodi (University of California di Los Angeles, Stanford Research Institute, University of California di Santa Barbara e University of Utah), nasce nel 1969 e prende il nome di ARPANET.

Secondo le “ricostruzioni mitologiche”, si trattò di un sofisticato sistema di comunicazione sfuggito di mano alle autorità militari e creato per far fronte ad un eventuale attacco nucleare da parte dell'Unione Sovietica durante il periodo della Guerra Fredda, ma in realtà fu un'innovazione tecnologica senza precedenti, resa possibile dalla cooperazione di diversi gruppi accademici e dai cospicui finanziamenti provenienti dal dipartimento della Difesa degli Stati Uniti [Castells, 2002]. ARPANET presentava alcune ingegnose soluzioni informatiche destinate a trasformarsi in pilastri portanti delle future reti multimediali, ovvero l'architettura decentralata e policefala, la commutazione di pacchetto per la trasmissione dei messaggi e la compatibilità con piattaforme hardware e software diverse.

L'aumento dei nodi connessi all'originaria rete di calcolo rimase incessante fino alla fine degli anni '70, ma nel frattempo cominciarono a diffondersi applicazioni alternative che nel giro di appena un decennio avrebbero rivoluzionato completamente la concezione della telematica, determinando l'avvento di Internet, ovvero *quell'insieme complesso di computer e reti, diffuse su scala mondiale, collegate tra loro attraverso canali trasmissivi diversi (cavi, onde radio, satelliti) e unite dal gruppo di protocolli denominato Tcp/Ip (transmission Control Protocol/Internet Protocol)* [Paccagnella, 2000, 13].

La prima grande innovazione fu introdotta nel 1971 dall'ingegnere americano Ray Tomlinson con l'elaborazione di un sistema basilare di posta elettronica che permetteva lo scambio di messaggi tra due computer. Una svolta sensazionale non solo perché l'e-mail sarebbe diventata il servizio più utilizzato della rete Internet, ma soprattutto perché questa

scoperta segna simbolicamente il passaggio dalle *reti di calcolo* alle *reti di comunicazione* [Paccagnella, 2000]. Tale mutamento paradigmatico risulta ancora più evidente a partire dal 1978, quando due studenti di Chicago, Ward Christensen e Randy Suess, mettono a punto il Computer Bulletin Board System, *il prototipo di ogni forum di discussione on-line, una sorta di “punto zero” della CMC collettiva* [De Benedittis, 2003, 18].

Le bacheche elettroniche consentono un'intensa attività di *messaggistica* e di *file sharing*, sfruttando la linea telefonica e un collegamento via modem ad un computer che funge da server. L'uso iniziale fu certamente limitato e legato ai contesti locali dei pochi frequentatori, ma il diffondersi di vere e proprie reti di BBS e della cosiddetta *telematica di base*, approccio tipicamente *bottom-up* allo sviluppo dell'informatica, cambiò completamente lo scenario, determinandone un successo globale. Il celebre caso della pionieristica Fidonet, inaugurata da Tom Jennings nel 1984 e divenuta la più grande e diffusa rete di BBS al mondo, è solo il primo di una lunga serie e testimonia la comparsa di uno *spazio telematico globale*, pronto ad ospitare non più *un'utenza tecnologicamente orientata, ma socialmente orientata*. [De Benedittis, 2003].

Il passo successivo verso un consolidamento delle reti informatiche come mezzi di comunicazione si compie definitivamente negli anni '80 con la nascita di USENET e con l'arrivo sul mercato americano degli home computer. Il nuovo network, creato da Tom Truscott e Jim Ellis per discutere a distanza del sistema operativo UNIX e per scambiare informazioni tecniche e scientifiche in ambito universitario, si sviluppa al di fuori della rete ARPANET, conquistando in breve tempo un numero crescente di utilizzatori e allargando i propri orizzonti ad un'ampia varietà di contenuti.

USENET presenta sin da subito una precisa struttura gerarchica, costituita da diversi gruppi di discussione (newsgroup) organizzati per argomento. Ciascuno di essi elabora un manifesto programmatico, fissa implicitamente o esplicitamente i propri obiettivi, stabilisce regole e convenzioni (es. FAQ¹ e Netiquette²) e sceglie gli eventuali moderatori. L'invio dei messaggi, sotto forma di *post* all'interno dei vari *thread*, avviene per mezzo di appositi programmi chiamati *newsreader*, ma la principale attività dei frequentatori di newsgroup appare senza dubbio la lettura (per alcuni l'esclusiva pratica di fruizione, definita *lurking*).

¹ Le frequently asked questions, meglio conosciute attraverso la sigla FAQ, sono letteralmente le domande poste frequentemente. Nelle comunità virtuali si preferisce rispondere a queste richieste ricorrenti con un documento pubblico, in modo da sciogliere i dubbi dei nuovi utenti.

² La Netiquette, parola derivata dalla contrazione del vocabolo inglese net (rete) e quello di lingua francese etiquette (buona educazione), è un insieme di norme che regolamentano il comportamento degli utenti di Internet. Il rispetto della Netiquette non è imposto né da leggi né da istituzioni, ma si fonda sul rispetto di convenzioni.

Dunque, le reti telematiche continuano ad evolversi molto velocemente e parallelamente cambiano per sempre l'utilizzo e le finalità degli utenti. La svolta epocale giunge nel 1984, annunciata da un leggendario spot pubblicitario ispirato alle opere dello scrittore inglese Orwell, con il lancio del primo Macintosh da parte della Apple: un computer economico, dotato di interfaccia grafica a finestre, floppy disk e mouse. Cadono anche le ultime barriere di carattere tecnologico e la CMC, non più confinata nei laboratori universitari o negli uffici aziendali, entra di diritto nelle case e nelle vite della gente attraverso i personal computer e le connessioni ad Internet, la Rete delle reti che dal 1983 inizia ad inglobare ARPANET e altri network informatici.

Le conseguenze di una rivoluzione di così ampia portata non tardarono ad arrivare. La quantità dei nodi connessi in tutto il mondo crebbe ad un ritmo incredibile e furono sviluppate altre applicazioni interattive. I MUD, giochi di ruolo basati su ambienti virtuali a carattere testuale e ispirati alle saghe fantasy, ebbero un enorme successo e una grande partecipazione, aprendo la strada ad un uso ludico di Internet; mentre nell'estate del 1988 Jarkko Oikarinen implementò una rudimentale versione di IRC (Internet Relay Chat) che di fatto rappresentava la prima vera forma di CMC di tipo sincrono, in grado di simulare uno scambio simultaneo sul modello della conversazione telefonica e dell'interazione faccia-a-faccia.

I tempi erano maturi per la trasformazione della Rete in un mezzo di comunicazione flessibile e multimediale. La tappa decisiva fu percorsa nel 1991 e vinta da Tim Berners-Lee, un programmatore del CERN (Centro Europeo per la Ricerca Nucleare) di Ginevra che quasi inconsapevolmente sviluppò e distribuì gratuitamente il primo software ipertestuale per la progettazione e la pubblicazione di siti Internet. Cominciava l'era del *World Wide Web* e della definizione di standard informatici internazionali, fra i quali il linguaggio HTML³ e il protocollo HTTP⁴; anche se il grande pubblico arriverà soltanto qualche anno dopo, grazie alla comparsa dei primi browser grafici (Mosaic, Netscape Navigator ed Explorer).

Dalla metà degli anni '90, la comunicazione mediata da computer diventa quindi parte integrante della dieta mediale di milioni di individui in tutto il mondo ed emergono nuove forme di aggregazione e di relazione on-line. Il web non viene semplicemente considerato un canale di comunicazione e d'interazione, ma una sorta di ambiente virtuale con caratteristiche

³ HTTP è l'acronimo di Hyper Text Transfer Protocol (protocollo di trasferimento dell'ipertesto) e indica il principale sistema per la trasmissione di informazioni sul web. L'HTTP funziona attraverso un meccanismo richiesta/risposta (client/server): il client esegue una richiesta, mentre il server restituisce una risposta.

⁴ HTML è l'acronimo di Hyper Text Mark-Up Language (linguaggio di marcatura ipertestuale) e indica il linguaggio standard con il quale vengono codificate le pagine presenti sul web. L'ultima versione rilasciata dal W3C risale al 1999 e sta per essere progressivamente sostituita dai nuovi linguaggi XHTML e XML.

e regole proprie. Un mondo a sé, ribattezzato Cyberspazio e pronto per essere studiato in modo attento e sistematico in tutte le sue sfumature e implicazioni sociali.

1.2 Approcci teorici e sviluppi metodologici

L'interesse accademico per la CMC comincia a manifestarsi all'inizio degli anni '80 con le prime ricerche nell'ambito della psicologia sociale. Oggetto d'indagine di questi studi pionieristici sono gli effetti della comunicazione mediata da computer in contesti relativi alle organizzazioni lavorative, cioè all'interno di gruppi fortemente *task-oriented*. Le analisi si concentrano sulle strutture aziendali e sugli enti pubblici quali ambienti ricettivi delle nuove tecnologie telematiche e hanno l'obiettivo di individuare gli esiti positivi e le conseguenze negative delle attività via computer.

Secondo una classificazione oramai consolidata è possibile distinguere due diverse prospettive di ricerca. La prima orientata a dimostrare il filtraggio degli indicatori sociali e caratterizzata dall'adozione di modelli deterministici come RSC (Reduced Social Cues); la seconda improntata al definitivo superamento dell'approccio tecno-ingegneristico attraverso l'elaborazione nei primi anni '90 di modelli teorici (SIDE, SIP e Hyperpersonal) attenti al contenuto *socioemozionale* della CMC.

Il modello RSC tende ad affermarsi grazie soprattutto ai lavori di ricerca delle sociologhe americane Sproull e Kiesler. Le due studiose si fanno promotrici di una concezione socialmente povera della comunicazione mediata da computer. Applicando alle interazioni telematiche il concetto ingegneristico di larghezza di banda, già utilizzato da Shannon e Weaver nella teoria trasmissiva della comunicazione per indicare la quantità d'informazione veicolabile attraverso il canale nell'unità di tempo, emergerebbero infatti l'assenza degli indicatori sociali legati al ruolo e allo status dell'individuo e una drastica riduzione degli elementi paralinguistici propri della conversazione faccia-a-faccia.

Le ripercussioni sul processo comunicativo e relazionale sarebbero quindi notevoli e non sottovalutabili nel loro impatto all'interno delle organizzazioni lavorative. *Al centro di tale modello sta infatti il concetto elaborato all'interno della psicologia sociale di deindividuazione, che a una situazione di anonimato fa corrispondere fenomeni di autoregolazione ridotta e ridotta consapevolezza di sé, cui sono connessi l'atteggiamento disinibito, la mancanza di rilevanza attribuita alle regole e alle norme sociali e finanche*

comportamenti di tipo antisociale [Tosoni, 2004, 36]. La CMC offrirebbe maggiore libertà d'espressione e minori vincoli interazionali, ma soprattutto determinerebbe un azzeramento dell'identità in Rete e una condizione di equalizzazione sociale, cioè un livellamento dei rapporti on-line che sarebbe testimoniato dal sorgere di fenomeni come il flaming e *l'empowering* dei soggetti socialmente svantaggiati.

L'approccio RSC ha avuto senza dubbio il grande merito di inaugurare il campo disciplinare della comunicazione mediata da computer, ma ci ha lasciato in eredità una serie di supposizioni e di conclusioni viziate da un impianto teorico-metodologico piuttosto problematico. Emerge innanzitutto un forte determinismo tecnologico che spinge le due autrici a considerare i comportamenti degli individui al computer strettamente dipendenti dalle caratteristiche intrinseche delle reti informatiche, come se la dimensione tecnologica della CMC influenzasse in maniera univoca e unidirezionale quella sociale. E allo stesso tempo, si nota la sistematica adozione di un'unica tecnica d'analisi, ovvero gli esperimenti in laboratorio con gruppi di controllo. Una scelta metodologica che consente di condurre un gran numero di ricerche empiriche e di raccogliere dati facilmente misurabili e confrontabili, ma che esclude a priori l'indagine dei fenomeni nei loro setting naturali e attraverso appropriate metodologie qualitative.

Queste critiche strutturali al modello RSC costituiscono la base di partenza per la nascita di un nuovo filone di ricerca che tenta di discostarsi progressivamente dall'approccio teorico dominante, riconoscendo alla comunicazione mediata da computer una valenza socioemotiva e sottolineando come gli indicatori sociali non vengano filtrati nonostante la scarsa larghezza di banda. Sono tentativi apprezzabili che spianano la strada ad una completa maturazione del campo disciplinare, ma che malgrado gli sforzi dei diversi autori coinvolti e la varietà dei contributi offerti continuano a privilegiare una metodologia incentrata sui test in laboratorio e sull'analisi di variabili verificabili, ignorando gli effettivi contesti d'uso.

Il primo tentativo di costruire uno schema alternativo a RSC viene portato avanti da Lea e Spears nel 1992 con un nuovo modello di stampo sociopsicologico denominato SIDE (Social Identity Deindividuation). E' un approccio che rifiuta con decisione il determinismo tecnologico e le teorizzazioni tecnoutopiche di Sproull e Kiesler, evidenziando come la CMC non equalizzi affatto gli attori sociali, né riduca la presenza di indicatori a causa della presunta ristrettezza di banda.

La teoria della deindividuazione, introdotta con grande enfasi dal modello RSC nel 1986, viene completamente rielaborata, giungendo addirittura a conclusioni opposte rispetto a quelle originarie. SIDE ruota infatti attorno ad una fondamentale distinzione tra *l'identità*

personale (riferita a quelle caratteristiche del Sé che corrispondono alla propria personalità unica e individuale) e le diverse identità sociali che possono riguardare un individuo (essendo le identità sociali riferite alle caratteristiche del proprio gruppo sociale di riferimento nelle varie situazioni di vita quotidiana) [Paccagnella, 2000, 30]. Quando il contesto comunicativo mette in gioco l'identità personale del soggetto è probabile che emerga un comportamento disinibito o persino antisociale; se invece la situazione interazionale pone l'accento sull'identità sociale si registrano con maggiore frequenza atteggiamenti ipersociali e di omologazione alle norme standard dello specifico gruppo di appartenenza.

L'anonimato visivo garantito dallo schermo del computer non sarebbe sufficiente quindi a rendere equalizzata, libera e altamente democratica la comunicazione in Rete. Al contrario, le prove empiriche accumulate nei setting artificiali, avvalendosi di gruppi di controllo, dimostrerebbero che la CMC tende a favorire *la permanenza on-line di stereotipi sociali, di identità e ruoli codificati e dei relativi script sociali, come pure la persistenza di relazioni di potere* [Tosoni, 2004, 44]. Le ipotesi teoriche del modello RSC sono dunque spazzate via, ma l'eccessiva centralità riservata da Lea e Spears alla scelta dicotomica che il soggetto compirebbe nell'indossare un'identità precostituita (personale o sociale) spinge SIDE verso un inevitabile determinismo sociale, senza alcun margine per i processi di costruzione e negoziazione del Sé on-line.

Una critica di diversa natura all'approccio RSC giunge ancora una volta nel 1992 con l'elaborazione del modello SIP (Social Information Processing) ad opera di Walther. L'autore attacca duramente l'impianto metodologico costruito da Sproull e Kiesler, sottolineando l'assenza di due fondamentali variabili indipendenti: *la mancata attenzione per le aspettative di futura interazione e per il fattore temporale* [Tosoni, 2004, 48]. Sarebbero queste evidenti lacune nella progettazione e nella realizzazione degli esperimenti in laboratorio a portare fuori strada le due studiose e ad accreditare una visione estremamente superficiale e negativa della comunicazione mediata da computer. Pensare infatti di poter ricostruire le effettive dinamiche dei gruppi on-line attraverso l'uso di setting artificiali, imponendo limiti temporali allo svolgimento dei test e coinvolgendo soggetti scarsamente motivati e privi di aspettative relazionali future, non può che condurre alla raccolta di dati falsati e all'elaborazione di conclusioni infondate, come appunto la presunta impersonalità delle interazioni via CMC.

Per Walther i canali telematici possono veicolare la stessa socialità di una conversazione faccia-a-faccia, ma ciò presuppone che gli interlocutori abbiano il tempo necessario per portare a termine uno scambio interazionale senza nessun vincolo situazionale, come avviene normalmente nei contesti naturali. Questo significa che possono nascere rapporti di amicizia e

di cooperazione anche attraverso lo schermo di un computer, ma che tali fenomeni si manifestano più lentamente rispetto alla quotidianità off-line. *In questo senso, la CMC non sarebbe affatto meno efficace della comunicazione faccia a faccia dal punto di vista dell'interazione sociale, ma sarebbe solamente meno efficiente* [Paccagnella, 2000, 35]. Dunque, digitare una serie di messaggi e tradurre in sequenze alfanumeriche tutti quei segnali paraverbali che indicano intesa e coinvolgimento richiede sostanzialmente una maggiore quantità di tempo e l'adozione di specifiche strategie comunicative.

Col modello SIP viene definitivamente smantellata l'impalcatura teorico-metodologica dell'approccio RSC e si prepara il terreno all'avvento di schemi analitici rivoluzionari. Dopo aver ampiamente dimostrato che la CMC non è una forma d'interazione impersonale, Walther si dedica alla costruzione di un nuovo modello che permetta di studiare a fondo i meccanismi comunicativi in Rete e il comportamento degli individui on-line. L'originale prospettiva viene denominata Hyperpersonal e fa il suo esordio nel 1996.

Quello di Walther è il primo vero tentativo di indagare i concreti microprocessi registrabili on-line, attraverso un approccio basato sullo studio dei quattro fondamentali elementi che entrano in gioco nello scambio di messaggi durante il processo interazionale: il ricevente, il mittente, le caratteristiche del canale comunicativo e il feedback. L'autore procede affiancando ai classici strumenti della psicologia sociale una riflessione di stampo microsociologico, abbandonando gradualmente gli esperimenti nei laboratori informatici in favore dei setting naturali. Il risultato di queste scelte teorico-metodologiche alternative è una ridefinizione della comunicazione mediata da computer diametralmente opposta alla classica visione degli anni '80, incentrata sul filtraggio degli indicatori sociali. La CMC asincrona offrirebbe un livello di intimità relazionale ed emotiva superiore a quello della tradizionale interazione faccia-a-faccia e permetterebbe agli individui di ottimizzare la presentazione del Sé, scegliendo accuratamente cosa scrivere nei messaggi o nascondendo all'interlocutore aspetti meno desiderabili della propria personalità. Inoltre, il continuo scambio di feedback ed il reciproco adattamento ridurrebbero l'incertezza dovuta all'anonimato visivo, limitando il rischio di idealizzare l'altro.

Hyperpersonal segna un importante passo avanti verso una riscrittura strutturale del campo disciplinare della CMC, ma le riflessioni conclusive sui fenomeni osservati finiscono per piegarsi alle intuizioni teoriche di Walther e allo schema interpretativo da lui stesso elaborato. In questo modo, i risultati ottenuti rischiano di essere vanificati da un'eccessiva semplificazione del processo comunicativo e da una scarsa attenzione ai canali alternativi alla Rete. Manca, infine, un chiaro riferimento alle relazioni a lungo termine e al depositarsi di

tracce interazionali, quali aspetti determinanti che vincolano il processo di costruzione del Sé al giudizio e alla negoziazione dell'Altro.

1.3 La svolta etnografica

Gli approcci socioemozionali allo studio della comunicazione mediata da computer, pur rappresentando un filone di ricerca più maturo e sistematico dei modelli deterministici degli anni '80, non colgono pienamente il mutamento di scenario dovuto all'avvento del web e delle molteplici innovazioni informatiche di Internet. La consapevolezza che *là dove si vedeva un canale comunicativo in grado di generare effetti, prendeva a fare la propria comparsa un vero e proprio spazio sociale nuovo e inesplorato, ma già abitato dai propri nativi e dalle loro culture* [Tosoni, 2004, 57], rimane poco diffusa in ambito accademico con evidenti ripercussioni sugli schemi teorico-metodologici.

I primi ad accorgersi della nascita del Cyberspazio e dell'affermarsi di nuove tendenze della CMC sono soprattutto gli utenti e i giornalisti. Il campo disciplinare è, invece, dominato da schiere di sociopsicologi che snobbano l'analisi dei setting naturali per dedicarsi alla conduzione di esperimenti in laboratorio e alla misurazione di variabili. E' in questo particolare contesto che i lavori delle sociologhe Elizabeth Reid, Amy Bruckman e Sherry Turkle pongono fine alle tradizionali prospettive d'indagine sull'interazione on-line, aprendo la strada ad una vera e propria svolta etnografica.

E' una rivoluzione disciplinare in piena regola. In pochi anni muta radicalmente la definizione di comunicazione mediata da computer, vengono esaminati fenomeni interazionali mai presi in considerazione prima, si opera una netta distinzione tra vita on-line e off-line, le ricerche sul campo assumono una centralità assoluta e si adottano quasi esclusivamente tecniche d'analisi di tipo qualitativo. In sostanza, l'approccio etnografico punta a riscoprire la dimensione sociale delle reti telematiche, attraverso un contatto diretto, continuativo e approfondito tra l'oggetto di studio e il ricercatore.

Per la prima volta, le caratteristiche della CMC e del Cyberspazio vengono individuate, descritte e spiegate per mezzo dell'*osservazione partecipante* in veri contesti d'interazione on-line, raccogliendo materiale biografico sui partecipanti alle discussioni via computer e conducendo interviste in profondità con i frequentatori dei diversi micromondi virtuali. Si abbandonano così i setting artificiali coi loro limiti strutturali e si aprono le porte ad una più

efficace metodologia di stampo antropologico. Come è stato giustamente osservato, *mentre stanno scomparendo gli ultimi luoghi inaccessibili del campo antropologico del “mondo reale”, si sta aprendo un nuovo ed inatteso “campo”; spazi incontrovertibilmente sociali in cui le persone ancora si incontrano faccia a faccia, ma con una nuova definizione sia di “incontrarsi” che di “faccia”* [Stone, 1992, 91].

Ai saggi pionieristici si affianca ben presto una corposa letteratura accademica, costituita prevalentemente da contributi in lingua inglese e caratterizzata da tematiche quali la costruzione del Sé, la sperimentazione identitaria, la manipolabilità degli indicatori sociali, l'interazione fra entità simulacrali e il formarsi di gruppi on-line. E' la fase cruciale in cui si affermano progressivamente nuove correnti disciplinari e inizia a manifestarsi l'egemonia del cosiddetto approccio postmodernista radicale.

A partire dai primi lavori di ricerca di Elizabeth Reid, le pratiche relative alla CMC vengono considerate essenzialmente postmoderne perché basate sulla decostruzione dei confini e delle convenzioni sociali che vincolano l'identità nella vita off-line. “Electropolis”, pubblicato nel 1991 e incentrato su una serrata critica al determinismo tecnologico del modello RSC, sintetizza perfettamente i punti chiave della nuova teoria:

- Viene operata una netta cesura tra *real life* e virtualità, dovuta alla presenza/assenza del corpo degli individui.
- Si invalida l'equazione un soggetto/un'identità.
- Il Sé on-line viene visto come un simulacro, frutto del processo di costruzione messo in atto dall'individuo.
- Gli ambienti virtuali sono definiti *identity playground* dove è possibile sperimentare il *gender switching*, cioè la scelta di un genere sessuale diverso dal proprio.

La libertà dalle convenzioni e la possibilità di intervenire sull'autorappresentazione identitaria, semplicemente manipolando gli indicatori sociobiologici, potrebbero far pensare ad una visione anarchica o socialmente equalizzata del Cyberspazio, ma in realtà l'analisi delle discussioni sui canali IRC, operata dalla Reid, dimostra ampiamente come i rapporti nei gruppi organizzati tramite sistemi di comunicazione mediata da computer siano regolamentati da norme specifiche, quali la Netiquette. Inoltre, lo spirito comunitario all'interno di una chat sarebbe strettamente legato alla reciproca riconoscibilità e alla persistenza dei *nickname*, ai

meccanismi interni di moderazione e sanzione, al feedback e all'esistenza di ruoli, status e precise gerarchie.

Il dissolvimento dell'identità unitaria e il manifestarsi di identità multiple e fluide attraverso le reti telematiche sono i concetti che costituiscono il nucleo centrale delle teorizzazioni di un'altra ricercatrice del MIT⁵, Amy Bruckman. L'interesse della studiosa americana si concentra prevalentemente sui processi che consentono agli individui di plasmarsi autonomamente una maschera con cui agire e interagire all'interno di ambienti virtuali come i MUD, ossia universi ludici in cui si comunica con gli altri per mezzo di un proprio personaggio, assumendo uno o più ruoli.

Secondo la Bruckman, nei MUD entrano in gioco due fattori fondamentali: l'anonimato e la flessibilità, che consentono ai giocatori di confrontarsi più liberamente e soprattutto di autodefinirsi come meglio credono. I personaggi possono evolversi e cambiare genere, razza ed età secondo la volontà del giocatore-creatore. Infatti, mentre nella vita quotidiana l'aspetto fisico è difficilmente modificabile e rappresenta il punto di riferimento per le relazioni sociali degli individui, on-line l'identità simulacrale non rimane mai fissa o vincolata ad un corpo, configurandosi come qualcosa di costantemente variabile e modellabile dal giocatore.

Un fenomeno piuttosto frequente all'interno dei MUD è quello del cambio di genere, che l'autrice definisce *gender swapping*. Questa pratica identitaria consiste nel manipolare gli indizi legati alla propria sessualità, presentandosi agli altri con un genere diverso da quello reale per puro divertimento, perversione, voglia di conoscersi meglio o per curiosità. Dunque, il *gender swapping* dimostrerebbe come la CMC non sia solo uno strumento di lavoro, ma un vero e proprio lasciapassare verso quei luoghi del Cyberspazio che assumono il valore di *identity workshop*.

Come ha scritto David Silver nel noto saggio "Introducing Cybelculture"⁶, tentando di effettuare una mappatura degli studi sulla comunicazione mediata da computer tra il 1990 e il 2000, il cosiddetto approccio postmodernista radicale inaugurato dalla Reid e dalla Bruckman rappresenta indubbiamente un notevole passo in avanti rispetto alla fase iniziale della *Popular Cyberculture*, caratterizzata quasi esclusivamente dallo scontro tra posizioni tecnoutopiche e tecnofobiche. Ma il definitivo passaggio ad una fase più matura del campo disciplinare, quella dei *Cyberculture Studies*, si deve soprattutto ai lavori di Rheingold e della Turkle.

⁵ Il Massachusetts Institute of Technology (MIT) è considerato una delle più importanti Università di ricerca al mondo.

⁶ *Introducing Cyberculture. Looking Backwards, Looking Forward: Cyberculture Studies 1990-2000* pubblicato on-line all'indirizzo: <http://rccs.usfca.edu/intro.asp>.

“The Virtual Community” di Rheingold compare negli Stati Uniti nel 1993 e diventa immediatamente un grande classico della letteratura dedicata alla CMC. Il testo nasce dall’esperienza che lo psicologo conduce in prima persona sin dal 1985 all’interno di “The Well” (World Earth Electronic Link), un sistema di conferenze on-line sviluppato nell’area di San Francisco e destinato alla discussione dei temi più disparati. Le riflessioni di Rheingold appaiono eccessivamente ottimistiche e probabilmente prive di solide basi metodologiche, ma hanno il grande merito di spianare la strada ad una serie di studi sistematici e approfonditi sulle comunità virtuali.

Secondo l’autore, Internet ha progressivamente assunto un ruolo inedito e fondamentale nella vita degli individui, attestandosi quale nuovo spazio comune di socialità che sostituisce i tradizionali luoghi di incontro. In Rete chiunque può manifestare le proprie opinioni e dar voce ai propri pensieri, senza subire alcuna discriminazione, sia essa di classe, di genere o di razza. Inoltre, le bacheche elettroniche permetterebbero ai cittadini di dar vita ad iniziative politiche dal basso per influenzare le decisioni delle istituzioni e favorirebbero un forte senso di comunità e di impegno civico [Rheingold, 1994].

Sherry Turkle, definita l’antropologa del Cyberspazio, pubblica la sua principale opera “Life on the Screen” nel 1995. Il testo è un autentico caposaldo del postmodernismo radicale e presenta un’analisi a tutto campo sul mondo digitale e sulle ripercussioni psicologiche e sociologiche che i mezzi informatici possono causare all’individuo sotto l’aspetto identitario e nelle relazioni con altri membri della società.

Ricorrendo ad una nuova metodologia strettamente etnografica, basata sulla tecnica dell’osservazione partecipante e sull’originale utilizzo dell’intervista clinica, la studiosa intende dimostrare che il Sé unitario è soltanto un’illusione della modernità e che gli ambienti virtuali congiuntamente ai sistemi operativi multitasking a finestre permettono finalmente all’individuo di sperimentare un’identità frammentata, simbolo della postmodernità. *In sostanza, offline i differenti contesti sociali cui il soggetto appartiene attivano uno alla volta i diversi aspetti in cui la sua identità è frantumata. Online, invece, l’indipendenza dei mondi virtuali da specifiche coordinate spaziotemporali li rende sempre simultaneamente presenti, ciascuno nella sua finestra* [Tosoni, 2004, 94]. Infatti, attraverso lo schermo del computer, gli individui hanno la possibilità di sperimentare contemporaneamente più aspetti del Sé, senza lasciare tracce del passaggio da un frammento identitario all’altro, come avviene normalmente nella quotidianità off-line, ma muovendosi liberamente tra ambienti virtuali diversi e finestre multiple sovrapposte.

Secondo la Turkle, il fattore disinibente legato all'anonimato gioca un ruolo cruciale nel determinare le scelte e i comportamenti on-line, come dimostrano emblematicamente i casi di *gender swapping*: simulazioni volontarie di appartenenza al genere opposto, per giungere alla conoscenza di aspetti ignoti dell'altro sesso o per dar sfogo ad attitudini intellettuali e propensioni psicologiche che in condizioni *real life* stenterebbero ad emergere [Turkle, 1997]. Particolarmente significativa è la situazione degli adolescenti. Per l'autrice, si tratta di individui che necessitano di un momento di sospensione che dia loro la possibilità di compiere esperimenti identitari. Tali soggetti individuano quindi nel Cyberspazio una sorta di *moratorium psicosociale*, in cui avere la libertà di sperimentare i vari aspetti del sé, senza il rischio dello stigma sociale e senza dover temere le conseguenze di ogni loro azione. Le interazioni negli ambienti virtuali possono costituire un fattore equilibrante per le personalità complesse, purché il soggetto riesca a vivere l'esperienza interattiva come un trampolino di lancio per appropriarsi di particolari competenze e di una maggiore sicurezza emotiva da poter spendere nella vita off-line.

La declinazione del modello postmodernista radicale proposta dalla Turkle rappresenta un'indiscutibile complessificazione del quadro teorico-metodologico sulla comunicazione mediata da computer, con particolare riferimento allo studio dei processi interazionali, della costruzione dell'identità e delle prime forme di comunitarismo in Rete, ma permangono alcune perplessità già sollevate dai lavori della Reid e della Bruckman. Non è chiaro, infatti, come l'alta sperimentabilità identitaria e la fluidità del sé, garantite dalle caratteristiche peculiari dei mondi virtuali, possano lasciare spazio alla formazione di relazioni stabili e durature, o addirittura ad un senso di comunità; né può bastare l'ipotesi di fasci multipli e distinti di relazioni, che consentirebbero all'individuo di gestire agevolmente i rapporti all'interno dei vari network relazionali di appartenenza, spostandosi semplicemente da una finestra all'altra del browser. La problematicità di queste tematiche appare indubbiamente irrisolta e acuita dall'eccessivo entusiasmo che l'approccio della Turkle lascia trasparire nella valutazione dei fenomeni telematici analizzati.

1.4 La crisi del paradigma postmodernista

Nel corso degli anni '90 il postmodernismo radicale si attesta quale approccio egemonico per lo studio della CMC, ma lo scenario accademico si presenta certamente meno monolitico di quanto possa apparire ad una prima riflessione. Nuove ed importanti prospettive di ricerca cominciano infatti a farsi strada all'interno del campo disciplinare, suscitando grande interesse negli ambienti universitari e favorendo di conseguenza l'elaborazione di modelli teorici alternativi. Fioriscono così numerosi lavori, in controtendenza rispetto alle teorizzazioni della Reid, della Bruckman e della Turkle, che criticano la classica visione tecnoutopica incentrata sull'ipotesi di identità simulacrali, fluide, multiple, sperimentali e autonomamente costruite dai singoli individui.

Per Silver, questa terza fase d'indagine sulla comunicazione mediata da computer ha inizio con la rivoluzione provocata dai *Critical Cyberculture Studies*, ovvero tutte quelle ricerche sul campo che provano ad allargare la visuale sulle tematiche delle comunità virtuali e della costruzione dell'identità on-line, non limitandosi alla *vita sullo schermo*, ma andando ad analizzare i reali contesti d'uso delle reti telematiche, nella consapevolezza che non esiste alcuna membrana divisoria tra mondo off-line e Cyberspazio.

Il panorama disciplinare si arricchisce così di un'enorme varietà di contributi, difficili da classificare in modo sistematico e accomunati quasi esclusivamente dalla negazione del paradigma dominante e dei suoi assunti basilari. Tuttavia, partendo da questa mole eterogenea di lavori accademici, più o meno validi ai fini di una riscrittura delle teorie sulla CMC, è possibile comunque operare una distinzione, basata sui tre principali indirizzi d'indagine: l'analisi sociolinguistica, l'ipotesi negoziale e l'approccio relazionale.

Il modello sociolinguistico ruota attorno alla riconsiderazione delle caratteristiche socioculturali degli individui on-line, nella convinzione che l'assenza del corpo non cancelli irrimediabilmente gli indizi legati allo status e alla personalità del soggetto, ma che i tratti distintivi si riflettano comunque nelle interazioni telematiche. *Alla presunta cancellazione della riconoscibilità del gender connessa alla sparizione del corpo in rete, si obietta così che la testualità costituisce un mezzo capace di caricarsi di una quantità di indizi sociosimbolici non inferiore a quella del corpo stesso* [Tosoni, 2004, 107].

Si suppone infatti che le diffuse pratiche identitarie relative alla sperimentabilità sessuale negli ambienti virtuali (*gender swapping* o *gender switching*) siano in realtà piuttosto complesse da mettere in atto e relativamente semplici da smascherare, poiché gli indizi sociosimbolici riconducibili al genere maschile e quelli invece tipicamente femminili si

manifesterebbero tramite specifici *sistemi stilistici*, facilmente ricostruibili attraverso gli strumenti messi a disposizione dalla ricerca sociolinguistica.

Integrando gli approcci sociologici e psicologici con l'analisi linguistica dei testi prodotti dagli utenti durante le interazioni in Rete, sarebbe quindi possibile operare una distinzione tra stili maschili e femminili: i primi caratterizzati da atteggiamenti aggressivi, partecipazione competitiva, messaggi lunghi e frequenti; i secondi tipicamente contraddistinti da interventi brevi, toni concilianti improntati all'ascolto degli interlocutori ed un utilizzo elevato di *emoticons*⁷.

Susan Herring fornisce una particolare lettura dei *sistemi stilistici*, sostenendo che al di là delle diverse modalità con cui uomini e donne si esprimono in Rete, ciò che veramente rende possibile riconoscere e distinguere il *gender* degli utenti è *l'etica comunicativa* sottesa alla formulazione degli interventi in una discussione on-line. Lo stile e l'etica dei messaggi costituirebbero veri e propri punti di resistenza al *turismo identitario* e alla *sperimentabilità sessuale* nel medio e nel lungo periodo, proprio per l'impossibilità da parte del soggetto di impadronirsi appieno delle specificità linguistiche e relazionali del sesso opposto e di usufruirne efficacemente.

Come emerge con chiarezza dall'analisi dei newsgroup presi in esame dalla ricercatrice, sarebbe complicato per gli utenti maschi assumere per lungo tempo un atteggiamento pacato, tollerante e paziente (tipicamente femminile), volto a favorire una conversazione leggera e piacevole, che eviti di mettere a repentaglio la faccia⁸ dell'interlocutore. Viceversa, appare improbabile che in uno scambio comunicativo fra donne si registrino con frequenza critiche reciproche, aspri dibattiti, accesi scontri verbali o attacchi alla reputazione altrui (fenomeni prettamente maschili). Dunque, *ad ancorare i "gendered styles" all'effettiva appartenenza di genere dei soggetti sarebbero differenze negli assetti valoriali cui rispondono differenti comportamenti in rete dell'uomo e della donna* [Tosoni, 2004, 107].

Gli spunti di riflessione offerti dai lavori della Herring non sono però esenti da problematicità e lasciano trasparire un'ideologia cyberfemminista decisamente inadeguata e fuorviante nel rendere conto della complessità e della varietà degli stili appartenenti a ciascun *gender*. Questo comporta un'inevitabile semplificazione delle considerazioni sui repertori

⁷ Le emoticons sono riproduzioni stilizzate delle principali espressioni facciali (esempio: ☺). Vengono utilizzate prevalentemente su Internet e negli SMS per sopperire alla mancanza del linguaggio non verbale nella comunicazione scritta.

⁸ Secondo il sociologo canadese Erving Goffman ogni persona ha una faccia sociale, cioè un'immagine di sé offerta agli altri. Nel "gioco di faccia" ciascun individuo cerca di rendere le proprie azioni coerenti con la faccia presentata agli interlocutori. Il rischio più ricorrente è che in un gruppo qualcuno provi a far "perdere la faccia" ad altri soggetti, mettendo in atto una serie di pratiche mirate a causare imbarazzo, vergogna, derisione e stigma sociale.

sociolinguistici maschili e femminili, ridotti a schemi binari rivelati in modo inequivocabile dall'attività degli utenti. Si nota inoltre un'eccessiva radicalizzazione di alcune posizioni sulla discriminazione delle donne in Rete: il replicarsi on-line dei rapporti di dominio fra generi avrebbe come demagogica soluzione la creazione di spazi virtuali esclusivamente femminili, al riparo dal paternalismo e dalle molestie sessuali.

Infine, pur avendo grandi potenzialità quale alternativa teorica al postmodernismo radicale, l'approccio sociolinguistico presenta alcune lacune di carattere metodologico che rischiano di comprometterne l'attendibilità e il valore delle conclusioni raggiunte. Questo filone di studi si avvale infatti di testi provenienti prevalentemente da setting artificiali, invalidando così la possibilità di verificare come nascano e si sviluppino i presunti *sistemi stilistici* dicotomici all'interno di aggregazioni telematiche durevoli e spontanee. Mentre, per quanto riguarda i messaggi degli utenti reperiti direttamente da Internet, si procede ad una classificazione sommaria e poco affidabile che tende a distinguere il *gender* dell'autore a partire dal *nickname* utilizzato, senza badare ad eventuali falsificazioni e disconoscendo in sostanza il ruolo attivo e decisivo dell'*Altro* nel costante processo di definizione e di sedimentazione dell'identità sessuale del singolo in Rete.

Sono i risultati dei primi studi incentrati su un'ipotesi negoziale delle interazioni al computer a smentire con forza l'idea che gli individui abbiano l'opportunità di costruire autonomamente la propria rappresentazione identitaria. Dunque, non è possibile supporre che il singolo sia un'entità isolata dalla quale traspaiono involontariamente (o selettivamente) tutta una serie di caratteristiche sociosimboliche (genere, status, razza, età, aspetto fisico), automaticamente accettate e ratificate dal pubblico degli interlocutori, poiché *l'appropriarsi delle posizioni identitarie dell'altro, ma anche il costruire rappresentazioni "sincere" di se stessi, non è mai una partita che coinvolge un solo giocatore, ma un processo cooperativo (o conflittuale) dove ogni mossa con cui si costruisce se stessi va necessariamente negoziata con la disponibilità dell'altro a credere* [Tosoni, 2004, 118-119].

Judith Donath individua nei suoi lavori due particolari tipologie di segnali che permettono di svelare le diverse strategie adottate dagli utenti durante la negoziazione identitaria che regola la CMC, ovvero i *segnali d'accertamento* e i *segnali convenzionali*. I primi estremamente affidabili e difficili da falsificare; i secondi relativi a singoli tratti dell'identità, perciò falsificabili e poco attendibili. Un'interazione in Rete prevede lo scambio di segnali dell'uno e dell'altro tipo, spetta perciò ai soggetti coinvolti valutare e convalidare (oppure rigettare) reciprocamente le informazioni ricevute. *La presentazione di sé assume infatti lo statuto di una proposta, che può essere accettata o rifiutata. Si tratta di un vero e*

proprio processo di negoziazione, dove ciascun soggetto è impegnato a fornire prove della veridicità delle proprie autorappresentazioni in funzione di quelli che immagina siano i criteri di valutazione dell'altro, e al contempo a vagliare le prove offerte dal proprio interlocutore [Tosoni, 2004, 121].

Con l'approccio negoziale, la ricerca sulla CMC compie un notevole passo in avanti, attraverso il definitivo riconoscimento della natura processuale delle interazioni in Rete e il superamento della concezione postmodernista secondo cui le identità on-line emergono come simulacri fluttuanti e riconfigurabili. Tuttavia, le conclusioni della Donath, così come quelle di molti altri autori interessati alla sua stessa prospettiva d'analisi, rimangono confinate allo studio dell'atto performativo che coinvolge la coppia attore/interlocutore e della dialogicità che caratterizza il patteggiamento identitario, senza mai focalizzare l'attenzione sui complessi *fasci relazionali* che all'interno di una comunità virtuale avvolgono e influenzano l'attività e il comportamento di ogni singolo utente.

A segnare il passaggio verso una nuova visione della CMC e delle aggregazioni telematiche è l'applicazione dello *schema relazionale* allo studio delle interazioni on-line, cui fa seguito un'ulteriore complessificazione del campo d'indagine, dovuta fondamentalmente all'abbandono delle consolidate idee postmoderniste teorizzate e sperimentate analizzando ripetitivamente la vita all'interno di MUD, chat e newsgroup e all'inclusione nell'agenda dei ricercatori di tematiche e aspetti ampiamente trascurati o del tutto ignorati:

- La centralità assunta dalle e-mail e dai servizi multimediali del web nella dieta mediale e nei rapporti tra gli individui.
- Le implicazioni relative alle homepage personali, autentici diari telematici arricchiti con foto, dati e links che offrono un quadro completo sull'identità dell'autore.
- Il comportamento degli utenti sui siti commerciali.
- L'uso di *avatar*⁹ all'interno dei forum e in altri ambienti di aggregazione on-line.
- L'utilizzo di sistemi di *instant messaging*¹⁰ dotati di webcam.
- La convinzione che il Cyberspazio e la dimensione off-line non rappresentino due realtà separate dal punto di vista sociale, né tanto meno contrapposte.

⁹ Nella realtà virtuale e nei giochi di ruolo, l'avatar identifica il personaggio controllato dal giocatore; mentre nei programmi di instant messaging e nei forum, l'avatar è un'immagine (una foto o un disegno) che identifica l'utente, insieme al nickname e alla firma.

¹⁰ Un sistema di messaggistica istantanea è un software che consente a due computer connessi in rete di poter comunicare in tempo reale, attraverso brevi messaggi di testo ed emoticons o tramite conversazioni audiovisive. Il più diffuso sistema di instant messaging è Windows Messenger prodotto da Microsoft.

- La concezione del singolo come nodo di più *social network*.

L'approccio relazionale nasce da questi essenziali presupposti e si sviluppa come un rivoluzionario complesso teorico che va ben oltre i limiti del postmodernismo radicale, sfruttando appieno e in modo innovativo le possibilità offerte dalla metodologia etnografica e riscrivendo di fatto le regole essenziali e le nozioni primarie della ricerca sulle comunità e sulle identità on-line. L'attenzione si sposta dalle interazioni tra individui dispersi nella Rete, alle molteplici relazioni a lungo termine che gli utenti sviluppano all'interno di aggregazioni stabili e organizzate, muovendosi parallelamente in una pluralità di ambienti telematici e di contesti off-line.

In questo senso, si cominciano a studiare le comunità virtuali non come realtà autonome e isolate dal resto del web o come parentesi esperienziali nella vita delle persone, ma inserendole in un quadro di ricerca più ampio, relativo ai gruppi sociali e all'utilizzo della CMC. E' il tentativo che autorevoli autrici quali Cherny, Baym e Kendall¹¹ compiono con i loro straordinari lavori etnografici, promuovendo l'adozione di *un approccio integrato alla pluralità dei contesti in cui, contemporaneamente, viene a situarsi e ad assumere senso l'esperienza degli attori che prendono parte alle forme di socialità "virtuale" analizzate. La comunità virtuale è in sostanza concepita come un fascio di relazioni sociali che lega tra loro più soggetti, e che dunque si estende in tutta la pluralità di contesti in cui le relazioni stesse risultano intrecciarsi* [Tosoni, 2004, 156].

Il campo d'indagine si allarga così fino a comprendere le relazioni private e la quotidianità degli utenti al di fuori della Rete, nella consapevolezza che non esiste nessuna barriera tra Cyberspazio e *real life* e che le relazioni sociali si sviluppano indifferentemente attraverso innumerevoli incontri faccia-a-faccia, la corrispondenza postale, le conversazioni al telefono e la comunicazione mediata da computer. Insomma, un mix di canali interattivi e di momenti di contatto che determina la scena simbolica in cui prendono forma la comunità e ovviamente le identità.

Ad essere riarticolata è in effetti anche la riflessione sul *cyberself*. Il caposaldo postmodernista secondo cui nel Cyberspazio il singolo avrebbe la possibilità di ridisegnare la propria identità con la stessa facilità con cui si cambia *nickname*, è spazzato via dalla constatazione che ogni individuo dissemina continuamente tracce interazionali del proprio passaggio, sulle quali si basa la valutazione e successivamente la memorizzazione da parte

¹¹ Le loro monografie sono dedicate rispettivamente al tema del linguaggio nei Moo e nei Mud, alla subcultura dei newsgroup che riuniscono i fan delle soap opera americane e alla costruzione dell'identità maschile in rete.

degli interlocutori. Si tratta infatti di indizi identitari che influenzano significativamente i rapporti sociali dell'individuo in Rete, determinandone una precisa collocazione all'interno di vincolanti *reticoli relazionali*.

Il *cyberself* non emerge infatti durante i soli momenti performativi e tramite il feedback interazionale, come già sostenuto dai teorici dell'ipotesi negoziale, ma attraverso un processo ben più lungo e complesso che appare come la somma di tutti gli scambi comunicativi e dei molteplici legami relazionali che riguardano ciascun individuo. L'autorappresentazione costituisce quindi soltanto lo stadio iniziale del tortuoso percorso che conduce il soggetto ad essere considerato come un attore sociale concreto, coerente e accettato nell'immaginario collettivo di una specifica comunità. Senza il riconoscimento e la fiducia dell'*Altro*, tutti gli sforzi per costruirsi un'identità credibile e per sviluppare relazioni positive (amicizia) o anche negative (rivalità) sarebbero tanto faticosi, quanto inutili.

In definitiva, gli attori sociali del processo relazionale non sono inseriti in una serie di diadi, bensì in un'intricata rete di rapporti interpersonali, caratterizzata dalla circolazione dell'informazione (che in certi casi può manifestarsi sotto forma di *cyberpettegolesso*) e dal generarsi della reputazione. Inoltre, i nodi di un network relazionale non sono equalizzati socialmente, ma connotati da precisi rapporti di potere basati sullo status e sulla *biografia comunitaria* dei singoli membri: chi gode di una buona reputazione gioca un ruolo decisivo nel processo identitario dell'*Altro* (ad esempio, imponendo regole e dando giudizi sui nuovi arrivati); mentre chi ha una fama minore si trova certamente in difficoltà nel soggettivare sé stesso e gli altri, rischiando addirittura lo stigma sociale e l'esclusione.

Gli sforzi analitici profusi da Cherny, Baym e Kendall conducono la ricerca sulla socialità nelle aggregazioni telematiche ad una svolta senza precedenti, archiviando le ipotesi dell'approccio postmodernista e spianando la strada al dominio dei *Critical Cyberculture Studies*. Si chiude in questo modo un intero decennio ricco di lavori accademici dedicati alla comunicazione mediata da computer e si apre una nuova era per lo studio sociologico della Rete, indirizzato ad un definitivo riassetto teorico e metodologico del campo disciplinare. Una sfida ambiziosa raccolta prontamente da Christine Hine con la costruzione del rivoluzionario modello d'indagine dell'*etnografia connettiva*, improntato all'analisi integrata di culture e contesti on-line e off-line e considerato l'ideale *via di integrazione tra l'analisi etnografica dell'interazione in rete (tipica degli anni '90) e gli approcci alla fruizione, appropriazione e l'attribuzione di significato simbolico (tipici della contemporaneità degli Internet Studies)* [Tosoni, 2004, 164-165].

1.5 La metafora comunitaria

Il successo globale dei *Critical Cyberculture Studies* e l'affermarsi degli approcci etnografici, lontani anni luce dai pionieristici modelli degli anni '80, segnano il tramonto della visione tecno-ingegneristica della CMC, quale canale di scambio delle informazioni e strumento d'interazione a distanza, consacrando le reti telematiche e gli ambienti virtuali a luoghi d'incontro, di relazione e di forte socialità.

E' partendo da questi presupposti che gli studiosi dei gruppi on-line e delle varie forme di aggregazione legate all'uso della comunicazione mediata da computer tendono ad appropriarsi del concetto di comunità, riadattandolo agli ambiti d'indagine del Cyberspazio. *Comunità* diventa così un vero e proprio termine ombrello, ritenuto "ideale" per definire fenomeni e micromondi digitali estremamente specifici e variegati (MUD, chat, newsgroup, mailing list, forum), senza però quei necessari paletti disciplinari in grado di limitarne un utilizzo ambiguo e indiscriminato. Il risultato è la proliferazione di definizioni molto simili fra loro, basate quasi unicamente sulla metafora comunitaria (comunità virtuale, comunità elettronica, cybercomunità, comunità telematica, web community, comunità digitale, etc.), ma soprattutto l'abuso di una nozione classica della sociologia, senza un'adeguata quanto necessaria interpretazione del problematico parallelismo tra comunità on-line e off-line.

Il frequente ricorso alla metafora comunitaria nasce dalla presunta opportunità per gli utenti di ricostruire nel Cyberspazio quei luoghi e quei momenti di aggregazione tipicamente riconducibili ai villaggi, ai paesini e ai piccoli centri urbani dell'epoca pre-industriale. Una visione nostalgica che si richiama a valori ormai scomparsi con l'avvento della società globalizzata e fa riferimento a gruppi di individui fortemente legati fra loro e radicati in una realtà spaziale ben definita. Come sostiene infatti Gallino, *una collettività può essere definita comunità quando i suoi membri agiscono reciprocamente e nei confronti di altri, non appartenenti alla collettività stessa, anteponendo più o meno consapevolmente i valori, le norme, i consumi, gli interessi della collettività [...] sembra darsi per dimostrato, nella maggior parte della letteratura sociologica moderna e contemporanea, che tale forma di solidarietà si verifichi di preferenza in gruppi a base territoriale relativamente ristretta, cioè nelle comunità locali* [Gallino, 2000, 144-145].

La celebre opera di Ferdinand Tönnies "Comunità e società" (*Gemeinschaft und Gesellschaft*), pubblicata nel 1887 e rivista più volte dallo stesso autore fino all'ultima edizione datata 1935, rappresenta il primo vero tentativo di analisi e di definizione del concetto di comunità. Il sociologo tedesco delinea chiaramente due tipologie alternative di

associazione fra gli individui, caratterizzate rispettivamente da rapporti immediati e da relazioni artificiali. La comunità (Gemeinschaft) è vista come un'aggregazione organica, basata sull'intimità, sulla riconoscenza e sulla condivisione di linguaggi, norme, usi, costumi, significati, esperienze e ricordi. Cosicché i vincoli di sangue (famiglia e parentela), di luogo (vicinato) e di spirito (amicizia) costituiscono i pilastri portanti della comunità stessa. Nella società (Gesellschaft), invece, i rapporti appaiono molto più segmentati e molecolari: gli individui vivono per conto loro perseguendo i propri interessi personali, in un rapporto di tensione con gli altri e ogni tentativo di entrare nella loro sfera privata viene percepito come un ostile atto di intrusione. In questo caso, si sviluppano quindi relazioni convenzionali e meccaniche, improntate alla massimizzazione dei vantaggi del vivere insieme e ispirate alla logica degli scambi di mercato: nulla viene fatto senza attendersi una contropartita. Tönnies tende a dicotomizzare l'opposizione tra società e comunità, propendendo ideologicamente per la seconda, considerata il baluardo dell'autentica solidarietà di gruppo, messa a repentaglio dall'avvento della modernità.

Il rischio che la comunità organica teorizzata da Tönnies sparisca per sempre è ampiamente riconosciuto anche da un altro grande esponente della sociologia novecentesca, ovvero Georg Simmel. Come emerge chiaramente dai suoi scritti, la nascita della società industrializzata e la formazione delle metropoli determinano i processi di de-spazializzazione e globalizzazione che sradicano l'individuo dalla propria dimensione territoriale, indebolendo irrimediabilmente i legami all'interno della sua cerchia sociale. Di conseguenza, il singolo assume una rilevanza preponderante rispetto al gruppo e gode di un'incredibile libertà di scelta e d'azione: può uniformarsi alla massa imitando gli altri, può differenziarsi e specializzarsi per affrontare al meglio la competitività insita nella società moderna e può far parte di una pluralità di cerchie sociali. Per Simmel, *l'appartenenza ad un gruppo è quindi un fatto puramente individuale e volontario, cui possono affiancarsi o fare seguito scelte differenti e discordanti* [Dell'Aquila, 2005, 25]. L'unico grande limite di questa libertà è il forte senso di solitudine e di disorientamento che l'individuo prova nel trovarsi disperso tra una folla di sconosciuti.

Secondo Emile Durkheim, l'evoluzione dell'individuo nell'epoca della modernità non è accompagnata da un indebolimento dei legami sociali, ma piuttosto da un loro mutamento. Questo perché, mentre l'organizzazione nelle tipiche comunità pre-industriali si fondava sull'unione di soggetti simili tra loro all'interno di gruppi di complessità crescente (famiglie, clan, tribù), favorendo lo sviluppo di una particolare forma di coesione sociale, paragonabile alla struttura molecolare di un corpo inorganico e definita *solidarietà meccanica*; al contrario,

nelle società moderne caratterizzate da un'evidente divisione del lavoro, ogni individuo e ogni gruppo svolge funzioni diverse e le relazioni sociali non si basano sull'uguaglianza, ma sulla differenziazione. Si tratta di ciò che Durkheim definisce *solidarietà organica*, equiparando lo stare insieme degli individui agli organi di un corpo umano: nessuno è autosufficiente e ciascuno dipende dagli altri. La *solidarietà meccanica* suppone dunque la subordinazione del singolo alla collettività coesa, attraverso l'applicazione di norme repressive e l'annullamento della personalità individuale, mentre la *solidarietà organica* implica la cooperazione cosciente e segna il passaggio dall'organizzazione comunitaria a quella societaria, con conseguente emancipazione dagli stretti vincoli familiari e spaziali [Buccieri, 2004].

E' Max Weber a rivoluzionare definitivamente la concezione di comunità, slegandola dal fattore discriminante della collocazione geografica dei propri membri e riarticolandone il significato profondo attorno al tema chiave del *senso d'appartenenza*. Una relazione sociale può essere definita comunità quando poggia su una comune appartenenza soggettivamente sentita, sia essa affettiva o tradizionale; una relazione sociale deve essere definita associazione se l'agire e il rapporto fra gli individui poggiano su un'uniformità di interessi, oppure su un legame motivato razionalmente e riconducibile ad un valore o ad uno scopo preciso.

Weber critica la rigida opposizione tonnesiana tra *Gemeinschaft* e *Gesellschaft* e la loro natura non processuale, chiarendo che *in qualsiasi relazione sussistono aspetti comunitari e societari, poiché spesso le associazioni, pur nascendo da agire razionale verso lo scopo, generano valori di sentimento che le arricchiscono e conferiscono loro un carattere "misto"* [Dell'Aquila, 2005, 27]. Inoltre, l'autore distingue due tipologie di relazioni: aperte e chiuse verso l'esterno. Le comunità e le associazioni sono dette aperte se l'organizzazione e la struttura interna permettono a chiunque di prendervi parte; sono chiuse se impediscono, limitano o subordinano a determinate precondizioni la partecipazione degli individui. Ad esempio, le comunità fondate sui rapporti familiari risultano chiuse su basi tradizionali, mentre le relazioni sentimentali sono chiuse dal punto di vista affettivo.

In definitiva, cade il vincolo teorico della comunità organica fondata sulla residenzialità territoriale e viene posta in primo piano l'importanza per il singolo di sentirsi parte integrante di un gruppo. Dunque, appare evidente come *il processo di modernizzazione, favorendo una rottura del legame sociale, può condurre alla formazione di comunità non più dipendenti da un territorio condiviso, ma da complessi simbolici e da sentimenti collettivi che riuniscono i singoli atomizzati* [Dell'Aquila, 2005, 29].

1.6 Una definizione ambigua

Come abbiamo visto, la metafora comunitaria trae origine dagli scritti dei principali autori classici della sociologia novecentesca, ereditando una visione ideologica (incentrata sul passaggio dal locale al globale, dal semplice al complesso, dal tradizionale al moderno) di contrapposizione dicotomica al concetto di società e una serie di assunti teorici (forza dei legami sociali, sentimento d'appartenenza, cooptazione del singolo all'interno del gruppo, vincoli relazionali e norme interazionali) che, nonostante un carattere ambiguo e polisemico, tenderanno progressivamente a sedimentarsi negli studi sulla comunicazione mediata da computer e sulle nuove forme di socialità in Rete.

La definizione di comunità che costituisce lo spartiacque tra la concezione tradizionale e quella telematica viene formulata da Howard Rheingold nel 1993: *le comunità virtuali sono aggregazioni sociali che emergono dalla rete quando un certo numero di persone porta avanti delle discussioni pubbliche sufficientemente a lungo, con un certo livello di emozioni umane, tanto da formare dei reticoli di relazioni sociali personali nel cyberspazio* [Rheingold, 1994, 5]. Secondo lo studioso americano, tali aggregazioni on-line fanno leva su tre fondamentali beni collettivi: il capitale sociale di Rete, inteso come la possibilità di essere accolti anche in spazi virtuali nuovi, mai frequentati prima; il capitale di conoscenze, cioè il patrimonio di competenze, abilità e saperi che i membri di questi gruppi posseggono e sono disposti a mettere in comune; la comunione sociale, vale a dire il senso di vicinanza e di condivisione che si prova in questi luoghi telematici, come testimoniano emblematicamente i casi di reciproco sostegno osservabili nei forum di discussione. Il quadro tracciato da Rheingold si caratterizza quindi per una grande fiducia nelle potenzialità della comunicazione in Rete all'interno dei gruppi, abbracciando una visione del Cyberspazio quale nuova sfera pubblica telematica in cui la società civile può essere rivitalizzata mediante la costituzione di una moderna *agorà elettronica*.

Il pensiero di Rheingold, ed in particolare la sua idea di comunità, *fornita nell'ambito di un'opera non rivolta a un pubblico specialistico, è stata ripetutamente ripresa dal dibattito accademico interessato di volta in volta a dimostrare o a smentire l'esistenza di comunità online* [Paccagnella, 2000, 126]. Si tratta effettivamente di una definizione approssimativa che risente parecchio degli entusiasmi informatici e giornalistici legati agli sviluppi iniziali del web e alle previsioni tecnoutopiche tipiche dei primi anni '90. Le principali critiche rivolte alle teorie di Rheingold riguardano infatti sia l'eccessiva superficialità con cui vengono concepite le comunità virtuali, sia il determinismo tecnologico insito nell'ipotesi implicita che

la CMC sia sufficiente di per sé a far nascere forme di aggregazione organizzate e persistenti. Inoltre, la definizione di *Virtual Community* è stata descritta *come culturalista in quanto considera la comunità non più come prodotto di uno spazio fisico comune, bensì come risultato di un insieme di relazioni sociali e di interessi comuni* [Paccagnella, 2000, 127].

Uno dei maggiori contestatori delle teorie di Rheingold appare senza dubbio Steven Jones. A partire da “CyberSociety”, la sua prima opera dedicata alla comunicazione mediata da computer, l’autore focalizza la propria attenzione sulle relazioni comunitarie e sociali nate attraverso Internet, per capire se davvero tali aggregazioni telematiche offrano *alcune delle cose che desideriamo off-line, come l’amicizia, la comunità, l’interazione, la vita pubblica* [Jones in De Benedittis, 2003, 46]. Jones riconosce ad Internet un duplice effetto sugli individui e sulla società: da una parte favorisce la frammentazione spazio-temporale delle esperienze, già in atto dall’avvento dei mass media; dall’altra crea i presupposti per la diffusione di rapporti relazionali su scala globale, senza alcun vincolo legato al tempo o alla collocazione geografica dei singoli. Bisogna chiedersi allora se il miglioramento quantitativo e qualitativo degli scambi comunicativi in Rete possa davvero determinare la formazione di comunità on-line che ricalchino quelle tradizionali.

Per Jones è un equivoco evidente, un’illusione percettiva dovuta all’incontro di individui simili, che condividono gli stessi interessi e che si sentono rassicurati da un senso di connessione senza scopo. Emerge così una sorta di *comunità immaginata*, alimentata da narrazioni sulla comunità stessa che consentono al singolo di sentirsi parte di un gruppo basato sulla CMC. Ma questi raggruppamenti sono *paralleli piuttosto che seriali, vale a dire che non sono composti da persone necessariamente collegate, anche soltanto dall’interesse, ma sono piuttosto gruppi di persone dirette nella stessa direzione, per un periodo* [Jones in De Benedittis, 2003, 56].

In definitiva, il sedimentarsi di narrazioni non è sufficiente a ricreare la *comunità organica* nel Cyberspazio, poichè manca quell’ancoraggio territoriale, in grado di trasformare l’individuo in un frammento del posto dove abita, e quel forte senso di comunità, che va oltre il mero riconoscimento reciproco e dipende strettamente dalla permanenza umana, dall’impegno, dall’interazione e dal vivere tra e con gli altri [Jones in De Benedittis, 2003].

Un’attenta riflessione sulle caratteristiche e sulle implicazioni delle comunità virtuali nell’era della globalizzazione dell’informazione viene operata magistralmente da David Holmes nel saggio “Identità virtuale: comunità della trasmissione di massa, comunità dei media interattivi” datato 1997. L’analisi parte dal presupposto che i siti Internet e la comunicazione mediata da computer non rappresentano semplicemente una simulazione delle

reali interazioni faccia-a-faccia, ma contribuiscono di fatto a creare ambienti di incontro e di confronto nel Cyberspazio. La formazione di tali *comunità astratte e virtuali* sarebbe, secondo la visione di Holmes, una delle conseguenze più evidenti del passaggio dall'era dei media trasmissivi a quella dei media interattivi.

Rheingold affermava senza mezzi termini che Internet fosse lo strumento ideale nelle mani degli individui per ricostruire, attraverso l'interattività, la *comunità perduta* a causa della disgregazione sociale provocata dai mass media. *Ma in larga misura, e non necessariamente per motivi nostalgici, il fascino di Internet può essere spiegato accuratamente con un nuovo tipo di mercificazione: la rivendita dei livelli perduti di comunità al consumatore. [...] Riducendo l'individuo a un tutto solipsistico e facendone l'unità sociale primaria del tardo capitalismo, la televisione crea in modo singolare le condizioni di base affinché agli individui possa essere rivenduta la completa realizzazione della comunità* [Holmes in De Benedittis, 2003, 90].

La concezione di Holmes si discosta quindi notevolmente da un'idea di comunità virtuale libera ed emancipata e dalla celebrazione delle potenzialità relazionali, associative e solidaristiche della CMC. Le reti telematiche non offrono maggiore o minore socialità dell'interazione faccia-a-faccia, ma rafforzano la cultura dello schermo, incrementando la dipendenza dalla tecnologia e il rischio di un isolamento corporeo e sensoriale.

Di diversa natura rispetto alle conclusioni di Holmes appare l'interpretazione formulata da Craig Calhoun. Nella sua ricognizione sull'utilizzo in campo disciplinare della metafora comunitaria, il sociologo americano individua come punto di partenza delle proprie argomentazioni la definizione di *comunità senza prossimità*, coniata da Melvin Webber nel 1963 per indicare un insieme di relazioni personali, caratterizzate da calore umano e da un certo grado di connessione organizzativa, pur senza co-presenza fisica in uno stesso contesto spazio-temporale. Una concezione di comunità decisamente debole e vaga, che Calhoun tenta di rivedere anche alla luce delle problematiche emerse dalle moderne teorie comunitarie.

La CMC può essere un'integrazione del contatto faccia a faccia e stimolare l'organizzazione attorno a programmi comuni per l'azione. Essa può fornire un nuovo, potente canale per le connessioni tra persone già collegate per via del luogo di residenza o dell'impegno in una comune cornice organizzativa [Calhoun in De Benedittis, 2003, 115]. Ma ciò non significa che le reti telematiche possano cambiare radicalmente la società, favorendo la partecipazione dei cittadini, il livellamento delle disparità sociali e la *cyberdemocrazia*. Si tratta molto spesso di ipotesi sensazionalistiche che non permettono di comprendere fino in

fondo i fenomeni comunicativi che dominano il Cyberspazio e che portano all'abuso di etichette inappropriate, come appunto quella di comunità virtuale.

A sostegno della sua analisi critica, Calhoun cita l'esempio dei movimenti ambientalisti, sottolineando come nel caso di queste associazioni Internet sia più utile ed efficace come strumento d'integrazione alle interazioni faccia-a-faccia e non come loro alternativa. La CMC può infatti accrescere le potenzialità delle organizzazioni e dei gruppi off-line a base locale, ma non può, come vorrebbero certe predizioni improntate al determinismo tecnologico, sostituire le comunità virtuali al mondo reale. Infine, come dimostrano gli studi sui MUD, cioè quegli ambienti ludico-espressivi dove si coltiva una retorica di comunità e un senso d'appartenenza, ma in cui si registrano bassi livelli di impegno e una partecipazione sporadica, sarebbe opportuno rovesciare i termini della ricerca accademica contemporanea: *guardare prima alle comunità e poi studiare il ruolo dei computer e degli altri mezzi di comunicazione al loro interno* [Calhoun in De Benedittis, 2003, 115].

L'interrogativo che si pone Michele Willson è se davvero le comunità virtuali siano una potenziale soluzione all'isolamento che l'individuo sperimenta a causa delle tecnologie della connessione a distanza e se tali *comunità postmoderne* rappresentino una forma alternativa dello stare insieme, condividendo specifiche norme e valori, paragonabile all'agire nelle *comunità organiche*. Secondo alcuni teorici, si tratta di *una nuova e stimolante forma di comunità che libera l'individuo dalle costrizioni sociali di un'identità in carne e ossa e dalle restrizioni dello spazio fisico geografico; che rende uguali con la rimozione delle strutture gerarchiche legate al corpo; e che promuove un senso di connessione (o fraternità) tra i partecipanti interattivi* [Willson in De Benedittis, 2003, 140].

La studiosa si richiama evidentemente ai lavori della Turkle e di Rheingold, proponendo nel proprio saggio "Le comunità in astratto: un dilemma politico o etico?" una serie di considerazioni riconducibili agli assunti del postmodernismo radicale: esistono regole precise e forme di controllo in quasi tutte le comunità, ma allo stesso tempo l'anonimato, garantito dalla mancata riconoscibilità (o dal possibile camuffamento) della razza, del genere, dell'età e delle caratteristiche fisiche, consente all'individuo di muoversi nel Cyberspazio con estrema libertà, sperimentando identità multiple o immaginarie, senza mai subire discriminazioni legate al proprio status. Inoltre, *le relazioni possono "interrompersi" a qualsiasi stadio tramite il semplice abbandono del personaggio/identità, facendo sorgere interrogativi sul livello e la profondità dell'impegno e dell'investimento in questo tipo di relazioni* [Willson in De Benedittis, 2003, 144].

Michele Willson, tuttavia, non intende celebrare le comunità virtuali quali ambienti esperienziali assimilabili ai contesti off-line. L'enfasi sulla sola dimensione comunicativa dell'interazione in Rete, presupponendo lo stesso grado di complessità e intimità dei rapporti nel mondo reale, comporta infatti una banalizzazione delle relazioni interpersonali e un'idealizzazione della CMC come panacea di tutti i mali della società moderna. Bisogna perciò valutare con criterio le conseguenze della *tecno-socialità* nella vita quotidiana, ricordando che *solo una piccola percentuale di coloro che usano Internet e partecipano alle comunità virtuali lo fa attivamente; il resto assiste da una posizione di voyeur o "spettatore" simile a quella di chi guarda la televisione* [Willson in De Benedittis, 2003, 144].

Jan Fernback, altro grande autore interessato al dibattito sulla metafora comunitaria, sostiene nei suoi lavori l'esistenza di una *collettività* degli utenti della comunicazione mediata da computer, caratterizzata dalla democrazia, dalla condivisione e dalla libertà d'espressione, che pervade con la propria ideologia l'intero Cyberspazio e che si manifesta come un'aggregazione globale di individui interconnessi, da non confondere però con quelle costruzioni teoriche chiamate *cybercomunità*.

Fernback ritiene un'esagerazione parlare di comunità virtuali. Ciò nonostante, è consapevole che tale definizione, seppur ampiamente criticata in ambito accademico per l'approssimazione con cui si richiama alla concezione classica elaborata nel corso del '900 e per l'evidente complessità con cui è stata riformulata, gode generalmente di grande popolarità fra gli utenti di Internet, grazie all'immediata comprensibilità e alla valenza positiva che le è stata attribuita. *Essa possiede connotazioni descrittive, normative e ideologiche. Una comunità è un territorio circoscritto di qualsiasi tipo (sia fisico sia ideologico), ma si riferisce anche all'idea di un comune carattere, identità, interessi, come per la "comunità gay" o la "comunità virtuale". Perciò, il termine comunità comprende sia la dimensione materiale sia quella simbolica* [Fernback in De Benedittis, 2003, 161].

Ma pur riconoscendo al concetto di comunità una natura dinamica commisurata all'evoluzione della società e della CMC, la posizione di Fernback rimane ben distante dall'idea di Rheingold che presuppone una *comunità senza luogo*, vissuta dai propri membri come un ambiente reale dove intrattenere conversazioni amichevoli, scambiare suggerimenti e conoscere altre persone. Se è vero infatti che tali aggregazioni esaltano la comunanza di interessi, favorendo lo spirito comunitario e un apparente legame sociale, non bisogna comunque mai sottovalutare il rischio che *possono diventare comunità egoiste, atomizzate, persino solipsistiche, prive di un ruolo sociale nella collettività più ampia. [...] Le radici, in una comunità virtuale, nella migliore delle ipotesi sono poco profonde. Con un piccolo*

investimento di tempo e di frequenza di interazione “virtuale” i membri possono stabilirsi efficacemente nella comunità. Così come possono staccarsi da essa altrettanto facilmente, rifiutandosi di collegarsi, e, comunque lasciando la comunità con un trauma minore di quanto potrebbe comportare lasciarne una fisica [Fernback in De Benedittis, 2003, 163].

Con Fernback si dissolve definitivamente quell’alone mitologico che per oltre un decennio ha avvolto le varie forme di comunicazione e di aggregazione attraverso le reti telematiche (BBS, chat, MUD, newsgroup, mailing list, reti civiche, forum di discussione), considerate impropriamente e utopisticamente le *Gemeinschaft* del Cyberspazio, e si assiste finalmente ad un’opera di riscrittura della definizione di comunità virtuale. Una fase di maturazione della riflessione accademica, su un tema così centrale della CMC, che comincia a concretizzarsi grazie alle ricerche sul campo e ai contributi teorici di numerosi sociologi di scuola anglosassone: studiosi delle formazioni comunitarie telematiche che abbandonano posizioni retoriche e ideologicamente precostituite, optando per una concezione nuova e sicuramente meno problematica.

Cresce e si diffonde la consapevolezza che *le comunità virtuali non rappresentano un’evoluzione delle comunità tradizionali. Esse costituiscono una nuova tipologia di interazione tra gruppi in grado di integrare le attuali possibilità offerte alle persone di condividere e fare propri alcuni spazi sociali. Al pari delle comunità tradizionali, esse non portano intrinseche qualità relative a miglioramenti di standard di vita, ma si pongono all’interno di una società delle reti nella forma di realtà sociali che stimolano sentimenti d’appartenenza [Torrini, 2004, 16]*¹².

Tuttavia, la fortunata e controversa espressione *comunità virtuale* non nasconde solo le insidie legate ad un uso improprio e talvolta distorto del concetto di *comunità*. Bisogna infatti tenere presente che l’utilizzo dell’aggettivo *virtuale*, scelto per la necessità di dover definire fenomeni telematici che sfuggono alle categorie sociologiche tradizionali, ha finito col consolidarsi all’interno del costrutto teorico, pur senza un’adeguata riflessione sul tema della virtualità.

Col termine *virtuale* si è inteso *un mondo indissolubilmente legato al computer, il Cyberspazio, il territorio delle relazioni a distanza, il regno dell’incorporeo, dell’invisibile. Virtuale è per noi tutto quello che appartiene all’universo sorretto dai nodi di Internet, in contrapposizione a quanto resta saldamente ancorato al mondo materiale [Buccieri, 2004, 53].* Ma questa dicotomia ha spesso determinato un fraintendimento delle esperienze in Rete e

¹² Saggio pubblicato all’indirizzo: www.baskerville.it/PremioB/2004/Torrini.pdf

della loro valenza, spingendo a considerarle come qualcosa di illusorio, di immaginario, di potenziale e di subordinato alla realtà. Una visione approssimativa, che indubbiamente scaturisce dal senso comune della gente e che non trova riscontro nella filosofia occidentale, in cui viene ribadita una relazione tanto complessa quanto paritetica tra la nozione di realtà e quella di virtualità, ma che dimostra, ancora una volta, quali siano le ambiguità legate alla problematica definizione di comunità virtuale e quanto sia opportuno individuare delle soluzioni teoriche alternative, in grado di cogliere pienamente la natura e le implicazioni delle aggregazioni in Rete.

1.7 Una, nessuna, centomila comunità

Con l'evolversi dei sistemi sociali e lo sviluppo *dell'Information and Communication Technology* le comunità tradizionali, intese come forme di aggregazione spazialmente definite, tendono a diradarsi e a rimodellarsi in una pluralità di ambiti. Tale inarrestabile processo non implica però l'estinzione della comunità, ma la sua trasformazione da forma antropologica e originaria d'interazione tra individui affini appartenenti ad uno stesso contesto a prospettiva di scelta soggettiva e consapevole per la costruzione di relazioni interpersonali dislocate nello spazio e nel tempo.

Verosimilmente, *le moderne comunicazioni combinano comunità organiche e comunità virtuali. Le prime sono composte dalle relazioni dirette fra gli individui, i nuclei familiari in riduzione e altre associazioni di vita e di lavoro che adoperano principalmente la comunicazione faccia a faccia in condizioni di compresenza. Le seconde sono chiamate virtuali perché in esse le associazioni fra persone non sono vincolate a condividere lo stesso tempo particolare, lo stesso luogo o altre condizioni fisiche* [Van Dijk, 2002, 41-42].

In altre parole, le comunità virtuali tendono ad essere considerate *luoghi tecno-sociali nei quali la comunicazione mediata da computer favorisce processi di interazione, integrazione e immaginazione degli agenti* [De Benedittis, 2003, 35], anche se questo non significa che si possa banalmente parlare di comunità ogni qual volta un certo numero di individui dà vita ad un gruppo occasionale in uno stesso ambiente telematico. L'inarrestabile evoluzione di Internet non ci consente infatti di poter classificare un sito come comunità solo perché al suo interno sono ospitate forme di comunicazione sincrone o asincrone. *Gran parte del web contemporaneo, infatti, tende ad offrire sempre e comunque possibilità di*

comunicazione con gli utenti e fra gli utenti. Arriveremmo quindi a classificare la quasi totalità dei siti come comunità virtuali, e, soprattutto ad indicare tutto il World Wide Web come un'immensa comunità [Torrini, 2004, 11].

Ciò che contraddistingue una comunità on-line, e più in generale le aggregazioni sociali in Rete, è innanzitutto uno specifico *cyberluogo*, abitato da un buon numero di utenti attivi e assidui, che si percepiscono come tali e che acquisiscono nel tempo familiarità con la porzione di Cyberspazio in cui agiscono e comunicano. Ma pur essendo fondamentale la presenza di uno spazio che ospiti i messaggi inviati dai componenti della comunità, questa non coincide mai con esso: ciò che definisce una comunità non è tanto un luogo, quanto piuttosto l'insieme delle interazioni e delle relazioni tra i partecipanti (on-line e off-line), dipendenti dalla frequenza degli scambi comunicativi, dal senso di appartenenza al gruppo e dal grado di coesione che lega i vari membri.

Per la sociolinguistica, *non è il tema che fonda una comunità, né la durata dell'interazione che avviene al suo interno. E' il linguaggio che crea sistemi e codici linguistici e di comportamento che conducono alla comunità virtuale ed al sentimento di esserne all'interno, portando con sé una doppia valenza: la prima di comunicazione tra le persone, e la seconda di costruzione dello spazio in cui la comunità può nascere [Torrini, 2004, 14].* In questo senso, la continua produzione e archiviazione di testi, dialoghi e narrazioni non costituisce semplicemente una prova tangibile della comunità in Rete, ma testimonia, dal punto di vista antropologico, il perpetrarsi di un'attività rituale finalizzata, alla fissazione di credenze e soprattutto alla costruzione di una memoria collettiva.

Infine, le formazioni comunitarie non effimere si caratterizzano per una precisa struttura gerarchica, organizzata attraverso ruoli/status (solitamente: amministratori, moderatori, utenti storici, utenti occasionali e *newbies*¹³), e per la presenza di un regolamento interno, elaborato in genere dai creatori/gestori della comunità e costituito da norme e sanzioni implicitamente accettate da tutti i componenti.

Secondo Paolo Dell'Aquila, schematizzando i tratti distintivi delle cosiddette *tribù telematiche*, si possono distinguere:

- *La condivisione di interessi*, quale indispensabile cemento per aggregare persone con passioni comuni o comunque interessate agli stessi argomenti.

⁹ Il termine informale inglese *newbie* (neofita, novellino o gergalmente niubbo) indica un nuovo arrivato in una comunità on-line.

- La *condivisione di valori comuni*, vale a dire quel repertorio di significati, credenze e routines che rappresenta una parte rilevante del bagaglio esperienziale di ciascun membro.
- La *capacità di attenzione e di relazione interpersonale*, cioè la propensione per gli scambi comunicativi ed il reciproco soccorso, senza alcuno scopo di lucro.
- La *capacità di discussione*, proprietà che rende la comunità uno spazio di confronto pubblico, dove viene rispettata la Netiquette e si riducono al minimo gli episodi di *flaming*¹⁴.
- La *morale collettiva*, intesa come un sistema di regole comprendente norme di carattere generale (comportamento e buona educazione), di carattere tecnico (uso proprio e improprio delle risorse informatiche) e di gruppo. Queste ultime sono regole specifiche di ciascuna aggregazione e possono prevedere sanzioni contro i membri che non rispettano il regolamento interno, mettendo a repentaglio la comunità. *La forza maggiore o minore dell'etica collettiva è certamente legata al tipo di comunità ed ai suoi fini. E' chiaro che i gruppi ludici tendono a sentirsi accomunati da motivazioni legate al gioco e sono caratterizzati da una strutturazione meno rigida* [Dell'Aquila, 2005, 81].
- La *dimensione dominante*, che può essere: *informativa* se prevale una distribuzione squilibrata della conoscenza (alcuni utenti producono le informazioni, gli altri si limitano a consumarle); *partecipativa* quando emerge la completa condivisione delle informazioni, senza limiti per nessuno; oppure un *bilanciamento* fra le due.

Nonostante ciascuna comunità on-line tenda a sviluppare forme e contenuti specifici, per Dell'Aquila è comunque opportuno operare una classificazione tipologica che tenga conto delle modalità comunicative e dell'organizzazione interna di un gruppo. L'autore teorizza un'opposizione tra raggruppamenti fluttuanti sincroni e aggregazioni strutturate asincrone: una tipizzazione ideale secondo la quale alle espressioni meno forti di *tecnosocialità* si contrappongono vere e proprie *associazioni telematiche* e *teleorganizzazioni*.

Le comunità non strutturate comprendono soprattutto i Multi User Dungeons (i giochi di ruolo), i canali IRC (Internet Relay Chat) ed alcuni newsgroup (bacheche elettroniche dove ognuno può affiggere messaggi pubblici) [Dell'Aquila, 2005, 90]. Si tratta di formazioni

¹⁴ Nel gergo delle comunità virtuali, una *flame* (fiamma) è un messaggio deliberatamente ostile e provocatorio scritto da un utente contro uno specifico membro o contro l'intera comunità. *Flaming* è l'atto di inviare tali messaggi, *flamer* è colui il quale li invia, mentre una *flame war* è uno scambio di insulti prolungato, paragonabile ad una *rissa virtuale*.

poco stabili, prive di un'organizzazione interna ben definita, di un obiettivo formale e di regole istituzionalizzate, e contraddistinte principalmente da attività ludiche, *multitasking identitario*¹⁵, *gender switching* e *flame war*. In genere, i partecipanti a queste aggregazioni si percepiscono come membri di un gruppo caratterizzato da un profondo coinvolgimento emotivo e da una forte intimità, ma nella quasi totalità dei casi si può parlare di individui interconnessi tramite legami sociali deboli, accomunati da affinità intellettuali e interessi simili, che tendono a sviluppare un comune senso del sentire limitato alla sola esperienza in Rete, transitorio e riconfigurabile.

Il mondo virtuale è popolato anche (in misura minore) di comunità strutturate, dotate di maggiore capacità di autoorganizzare i propri legami, usando una pluralità di media simbolici. Queste reti sono più vicine ai classici gruppi fisici, in quanto si dotano di strutture proprie e si organizzano dandosi delle regole e degli obiettivi comuni [Dell'Aquila, 2005, 93]. Alla base di queste *associazioni telematiche* vi sono essenzialmente: una forte coesione tra i vari membri, una diffusa solidarietà interpersonale e un senso d'appartenenza duraturo. Aspetti della *tecnosocialità* che orientano il gruppo nella realizzazione di un progetto o nel raggiungimento di uno scopo, attraverso la formazione di una gerarchia organizzativa, la promozione della democrazia interna e l'ideazione di soluzioni e strumenti adatti a risolvere eventuali problemi. Sono dunque evidenti le analogie con le organizzazioni off-line (in molti casi le associazioni virtuali si integrano con quelle reali), costituite da soci regolarmente iscritti e finalizzate ad attività di carattere culturale, solidaristico, politico o sociale. *Inoltre c'è sempre l'idea di un "bene comune" da perseguire, che strappa queste formazioni sociali al gioco istantaneo di personae, di maschere create nella rete per durare solo un periodo limitato di tempo* [Dell'Aquila, 2005, 95].

La dicotomia teorizzata da Dell'Aquila è stata spesso accusata di eccessiva radicalità e di insufficiente imparzialità nella definizione delle *associazioni telematiche*, considerate per certi versi eticamente migliori delle *tribù telematiche* non-strutturate. Ma si tratta in realtà di una classificazione a scopo euristico e non valutativo, utile a comprendere in che modo si evolvano le innumerevoli e variegate comunità (o presunte tali) presenti sul web, ponendo come poli di un *continuum tecnosociale* le formazioni con il grado minimo e massimo di organizzazione strutturale.

È impossibile oggi stimare, anche solo approssimativamente, quanti utenti di Internet si sentano effettivamente parte di una comunità on-line, ma è innegabile che molti individui

¹⁵ Pratica che consiste nell'assunzione di diverse identità virtuali da parte di uno stesso utente.

investano quotidianamente crescenti risorse economiche, temporali ed emotive per gestire le loro relazioni in Rete, esattamente come se si trattasse di interazioni e rapporti off-line. Si corre però il rischio di sopravvalutare alcune forme di aggregazione, che non si configurano come vere manifestazioni di vita comunitaria, ma che rappresentano piuttosto raggruppamenti casuali, effimeri, disorganici o addirittura degenerazioni della comunità.

Il caso più ricorrente e probabilmente più difficile da smascherare riguarda la creazione di comunità on-line all'interno di siti e portali commerciali. Si tratta molto spesso di una precisa strategia di marketing messa a punto per attirare l'attenzione dei consumatori tramite la promozione di spazi aggregativi che, facendo leva sul desiderio latente di comunità insito negli individui e sulle immense potenzialità interattive del web, spinge l'utente a sentirsi parte di un gruppo formato da persone simili e fidate con cui condividere interessi, opinioni, idee ed esperienze d'acquisto.

Rielaborando una classica teoria della comunicazione¹⁶, si potrebbe ribattezzare questa diffusa strategia commerciale “two-step-flow of marketing”: un processo a due fasi nel quale gli utenti esperti, divenuti frequentatori assidui di un determinato gruppo telematico e già fidelizzati si trasformano a loro volta in veicolo di fidelizzazione per i nuovi membri, attraverso il continuo scambio di informazioni su prodotti e servizi. In un simile scenario risulta perciò complicato e inopportuno parlare di comunità on-line come di entità autonome, libere e socialmente rilevanti, poiché si tratta a tutti gli effetti di costruzioni artificiali, fortemente incentivate dalle aziende e finalizzate ad un miglioramento del classico schema commerciale *business-to-consumer*.

Presidiare, senza interferire sul piano pratico, le dinamiche sottese al funzionamento di queste *pseudocomunità* consente alle imprese di sfruttare al meglio il prezioso passaparola innescato dai consumatori soddisfatti e di attutire gli attacchi dei clienti delusi, che potrebbero scoraggiare e allontanare altri potenziali visitatori. Esattamente ciò che avviene all'interno della *Community* di Ebay¹⁷, costituita da una chat, da un network di blog¹⁸ personali e da una serie di forum tematici, dove venditori e compratori possono certamente discutere del loro hobby preferito e condividere i loro interessi con altri utenti registrati, ma dove soprattutto gli

¹⁶ Tale teoria fu elaborata e testata nel 1968 da Elihu Katz e Paul Lazarsfeld. I due studiosi dimostrarono che il flusso comunicativo all'interno di una comunità si articola in due fasi (two-step flow of communication), per cui inizialmente vengono influenzati gli opinion leader, che a loro volta influenzano le altre persone in seno ai loro gruppi primari.

¹⁷ <http://hub.ebay.it/community>

¹⁸ Il termine blog è la contrazione di web-log, ovvero una “traccia sulla rete”. Il primo blog nasce negli USA nel 1997. Oggi ne esistono molteplici tipologie, ma la maggior parte dei blogger usa il proprio blog come un diario personale.

uomini marketing del più noto sito d'aste al mondo cercano di alimentare quel senso di comunità che favorisce un buon rapporto coi clienti e un incremento degli affari.

A questo proposito, il disclaimer che compare nel regolamento dei vari forum di discussione lascia davvero pochi dubbi sulle priorità e sugli obiettivi della *Community* di Ebay: *attraverso i Forum gli utenti possono ricevere assistenza, conoscere meglio eBay, sapere di più sugli oggetti cui sono interessati ed incontrare nuovi amici*¹⁹. Dunque, l'utente ha dei margini per personalizzare la propria esperienza interattiva con i membri del gruppo scelto e probabilmente può riuscire a costruirsi una rete di contatti, ma interazioni e relazioni restano confinate in un contesto telematico non neutrale, in cui accanto agli scopi dei singoli emergono inevitabilmente anche quelli del soggetto commerciale che promuove di fatto la *pseudocomunità*.

Tuttavia, come osserva Paccagnella, *liquidare questi fenomeni con l'indignazione di chi vede nel mercato uno svilimento della comunità è semplicistico, inutile e ingenuo: le stesse strategie, per esempio, vengono utilizzate anche dalle istituzioni pubbliche, attraverso la costituzione di reti civiche che in realtà spesso non sono altro che vetrine di autopromozione delle amministrazioni locali che le finanziano* [Paccagnella, 2000, 132].

Il fenomeno delle reti civiche italiane registra un vero e proprio boom nella seconda metà degli anni '90 sull'onda degli entusiasmi suscitati dal successo della "Città Digitale di Amsterdam" e si caratterizza sin dalle prime esperienze (Rete Civica di Milano avviata nel settembre del 1994 e Iperbole inaugurata a Bologna nel gennaio del 1995) per la centralità che gli enti promotori e i progettisti riservano ad aspetti quali l'accesso all'informazione, la trasparenza, la condivisione, l'interattività e l'alfabetizzazione informatica.

Si tratta fondamentalmente di reti di calcolatori gestite o comunque supportate economicamente dalle amministrazioni locali, con l'intento di dar vita ad una forma di *cyberdemocrazia* e di partecipazione dal basso che valorizzi al massimo gli scambi comunicativi tra cittadini, ma soprattutto tra istituzioni e cittadini, attraverso l'offerta di svariati servizi telematici, notiziari, assistenza e aree di discussione. Le reti civiche hanno perciò grandi potenzialità connettive e possono indubbiamente configurarsi come autentiche reti sociali, tra realtà locale e globale, ma molto spesso sono sottovalutate o peggio ancora sfruttate impropriamente (usate come bacheche elettroniche, senza garantire interattività, aggiornamenti costanti e la necessaria manutenzione), finendo col trasformarsi in strumenti di

¹⁹ <http://pages.ebay.it/help/community/png-board.html>

propaganda e legittimazione politica: *pseudocomunità* abbandonate a sé stesse, inutilizzabili dall'utenza e senza alcun preciso obiettivo.

Un caso emblematico e paradossale, a dimostrazione di come si possano investire in modo pessimo notevoli risorse pubbliche nel tentativo di creare una “presunta” rete civica funzionale ai bisogni del cittadino, è quello di “Akranet - la Rete Civica della Provincia di Agrigento”. Ideata e realizzata nel biennio 2004-05, con la partecipazione di ben 27 comuni, per puntare al raggiungimento di ambiziose finalità, quali l'implementazione di un sistema organizzativo e tecnologico, l'apertura di un front-office per l'erogazione di molteplici servizi on-line e la creazione di una comunità virtuale, Akranet appare oggi un progetto incompiuto e alla deriva, assolutamente inservibile tanto per i cittadini quanto per le istituzioni, con una homepage²⁰ che annuncia in modo quasi beffardo: *questo è il portale della rete civica della Provincia di Agrigento, da oggi online. Siamo in fase di testing per cui invitiamo gli utenti a non effettuare registrazioni in quanto la fase di registrazione utenti sarà effettivamente attiva alla fine dei test. Ci scusiamo per l'inconveniente (02/05/05).*

Le *pseudocomunità* non rappresentano l'unica forma degenerativa di una comunità; esistono infatti altri fenomeni telematici che possono seriamente compromettere l'esistenza delle aggregazioni sociali on-line. Il pericolo più grave riguarda la formazione di comunità costruite sulla base di interessi e convinzioni comuni e costituite da utenti fortemente legati tra loro, inseriti in un circuito comunicativo chiuso (o poco aperto verso l'esterno) in cui gli argomenti non sono dibattuti in modo costruttivo e approfondito, bensì coltivati al sicuro da eventuali opinioni controcorrente o comunque scomode. Questo *virus comunitario* viene generalmente definito *ciberbalcanizzazione*, in riferimento all'involuzione derivante dagli odi etnici e dall'intolleranza religiosa che ha caratterizzato la guerra fratricida dell'ex Jugoslavia, ed è utilizzato per indicare un notevole impoverimento dell'esperienza di gruppo. *In questi casi la comunità si rivela come qualcosa di regressivo e settario e prende forma nelle identity politics, in richieste corporative, in profonde barriere tracciate fra ingroup e outgroup, nei localismi e nella frammentazione* [Paccagnella, 2000, 132].

Un classico esempio di *ciberbalcanizzazione* ci è offerto dai forum delle tifoserie italiane di calcio: in questi *cyberluoghi* la fede per la squadra del cuore può trasformarsi, al pari dell'identità etnica, delle convinzioni politiche o del credo religioso, in un fattore discriminante per l'ingresso, il libero confronto e la permanenza all'interno del gruppo, come

²⁰ <http://www.akranet.it/akranet>

denotano la frequenza e l'effetto dirompente degli episodi di *flaming* e *ip-banning*²¹ che coinvolgono i tifosi di altre squadre. Inoltre, l'opera di interpretazione e di definizione relativa alle somiglianze e alle differenze tra membri (tifosi della stessa squadra o di squadre gemellate) e non-membri (tifosi delle squadre rivali o addirittura nemiche) della tifoseria tende a caratterizzarsi come l'attività predominante della comunità, talvolta quasi esclusiva, finendo col ridurre al minimo o col vanificare del tutto l'utilità delle discussioni. In fondo, come dimostra la sezione "Tutta l'Italia lo sa: pagine di cronaca (bianco)nera", ospitata all'interno del più grande forum di tifosi del Torino²² e interamente dedicata alle critiche e agli sfottò contro i "cugini" della Juventus, può bastare poco per trasformare un'ottima comunità on-line, o parte di essa, in un vero e proprio ghetto virtuale.

In conclusione, come testimonia la complessità del panorama teorico-metodologico tracciato fin qui, capire se un raggruppamento di individui in Rete costituisca *una, nessuna o centomila* comunità non è un'operazione semplice né automatica, ma uno spunto di ricerca che richiede un'analisi meticolosa e un'attenta valutazione dei molteplici aspetti inerenti le interazioni, le relazioni, l'organizzazione, le regole e il sistema comunicativo che modellano le aggregazioni sia tramite Internet, sia attraverso i contesti off-line.

²¹ Pratica che consente di bloccare ed escludere automaticamente tutti i commenti provenienti da uno specifico utente, inserendo in una sorta di "lista nera" l'indirizzo IP (Internet Protocol) che individua il computer dal quale si connette.

²² <http://forum.toronews.net>

2. La numismatica alla conquista del web

2.1 Studiare e collezionare monete

La numismatica è la disciplina che studia gli aspetti economici, storici, culturali e artistici delle monete, ma anche delle banconote, degli assegni, delle medaglie, dei gettoni e delle forme di pagamento pre-monetarie. Le origini di questa scienza specialistica sono da ricercare nell'ambito dell'archeologia e nel rinnovato interesse per l'antichità classica che caratterizzarono l'Umanesimo e che favorirono la comparsa delle prime opere dedicate all'illustrazione storica e tipologica di monete greche e romane. Ma è solo alla fine del XVIII secolo che comincia a svilupparsi una concezione moderna della numismatica, testimoniata dalla pubblicazione di dettagliati cataloghi relativi a collezioni private e di monografie su singole zecche e sulla monetazione di specifiche aree geografiche.

Oggi questa disciplina trova applicazione in un vasto campo d'indagine che si avvale di tecniche molto sofisticate, che vanno dall'analisi chimica dei metalli all'uso di immagini fotografiche e dallo studio sistematico dei conii alla catalogazione informatica dei repertori bibliografici e documentali. La numismatica non rappresenta comunque un settore d'interesse riservato ai soli ambienti accademici, alle pubblicazioni specializzate, agli enti museali, alle fondazioni private e alle associazioni culturali, ma si configura come un'autentica passione per milioni di persone in tutto il mondo. Non è un caso infatti che il termine *numismatico* (dal latino *numisma*, a sua volta dal greco *nomisma* cioè moneta) venga impropriamente utilizzato per indicare anche il collezionista di monete e banconote [D'Arrò, 2004].

Gli appassionati di questa particolare branca dell'antiquariato sono tantissimi¹, anche in Italia, ed il loro numero è costantemente in aumento, come dimostra l'incremento di presenze che caratterizza annualmente i principali eventi numismatici di caratura nazionale: mostre mercato, manifestazioni fieristiche, aste, seminari e convegni tematici. Alla base di questo hobby vi sono essenzialmente motivazioni legate al piacere e alla soddisfazione nel cercare, raccogliere, acquistare, scambiare e studiare monete appartenenti ad epoche e luoghi diversi, a prescindere dal valore intrinseco e senza finalità speculative. Molti personaggi del passato sono stati illustri collezionisti; basti ricordare Petrarca, Lionello d'Este, Cosimo dei Medici e Vittorio Emanuele III di Savoia, a dimostrazione di come la numismatica costituisca una

¹ Non esistono dati ufficiali sul numero dei collezionisti italiani e sui loro specifici interessi numismatici.

forma tradizionale di collezionismo, che deve il suo fascino all'amore per l'arte e al desiderio di conoscenza dell'uomo espresso attraverso la raccolta di monete.

Nel collezionismo numismatico non esistono regole specifiche da seguire, né rigidi schemi precostituiti; ogni appassionato sceglie autonomamente il proprio ambito d'interesse, circoscrivendo temi e obiettivi a seconda dei gusti personali, delle risorse economiche che intende investire e dei sentimenti di natura emotiva che lo hanno spinto ad avvicinarsi al mondo della numismatica. Generalmente, le monete vengono collezionate per *anno* o per *tipologia*. Nel primo caso, si selezionano alcuni *tipi* e per ognuno di essi si raccoglie un esemplare relativo alle varie annate di coniazione; mentre nel secondo caso si procede ad una raccolta guidata da uno o più criteri tipologici:

- metallo (es. monete d'argento, d'oro, bimetalliche);
- soggetto (es. flora, fauna, re, città, sport);
- area geografica (es. Italia, Europa, isole, micronazioni);
- periodo (es. monete medievali, greche, romane);
- zecca (es. zecche clandestine, coloniali, regionali);
- dimensioni/forma (es. grandi, piccole, quadrate, forate);
- errori di conio e varianti.

La selezione operata da ciascun collezionista è generalmente influenzata dallo stato di conservazione delle varie monete (es. bello, bellissimo, splendido, fior di conio). Il grado qualitativo dei singoli pezzi è infatti considerato più importante della quantità degli esemplari posseduti [D'Arrò, 2004].

Una collezione va quindi considerata come un bene in cui sono racchiusi solitamente diversi anni di studio, di approfondimento, di ricerche meticolose e di spese che talvolta si configurano come autentiche sfide alle leggi di mercato. Ed è per questo motivo che molti amanti di questo hobby tendono a trasformare la loro passione in un vero e proprio lavoro, dedicandosi alla compravendita di materiale numismatico (non solo monete o banconote, ma anche cataloghi, raccoglitori e altri strumenti utili al collezionista) o investendo addirittura su monete di valore (le cosiddette “monete di borsa”, cioè quei pezzi le cui quotazioni di mercato dipendono essenzialmente dalla quantità di metallo prezioso contenuto).

Molto più recente rispetto al già noto e diffuso collezionismo di monete, appare l'hobby legato alla raccolta di cartamoneta. In Italia, a differenza di quanto è avvenuto nella maggior

parte dei Paesi europei, dove questa “forma alternativa” di collezionismo numismatico si è affermata da decenni, l’interesse per le banconote ha avuto un boom enorme solamente dopo gli anni ’60 con la pubblicazione dei primi cataloghi. Si tratta quindi di un settore in forte crescita, difficilmente assimilabile per tematiche e caratteristiche al mondo degli appassionati di monete metalliche, che si configura come una realtà autonoma e consolidata nel panorama collezionistico nazionale [Crapanzano, 2004].

Secondo un diffuso luogo comune, la numismatica e le forme di collezionismo ad essa associate sono da considerare come un ambito chiuso ed elitario; la centralità assunta dal web nell’attività di esperti, appassionati e commercianti dimostra però che, pur conservando le dimensioni e gli aspetti tipici di un settore di nicchia, la numismatica è riuscita a rinnovare la propria immagine e ad allargare i propri orizzonti, aprendosi alla rivoluzione digitale, alle reti informatiche e alla multimedialità, guadagnando in pochi anni ampi spazi di visibilità e numerosi nuovi “adepti”.

2.2 Una passione coltivata in Rete

Lo scenario del collezionismo numismatico offerto dal web appare piuttosto multiforme e variegato. I pionieristici siti Internet dedicati alla materia nascono nella prima metà degli anni ’90 e sono gestiti prevalentemente da università, associazioni private, biblioteche, musei, zecche di stato e riviste di settore con sede negli Stati Uniti, in Inghilterra, in Francia e in Germania. Si tratta nella maggior parte dei casi di spazi virtuali che ospitano articoli, ricerche, approfondimenti, documenti, vasti archivi fotografici e notevoli risorse bibliografiche. Questa fase, che può essere definita come la prima ondata della *webnumismatica*², è perciò dominata da un numero esiguo di pagine on-line, prodotte da soggetti istituzionali e caratterizzate da spiccate finalità divulgative, informative e didattiche.

Una svolta epocale si deve alla diffusione di diversi server/portali disposti ad offrire spazio gratuito per la creazione di piccoli siti. E’ un’opportunità unica per pubblicare pagine personali dedicate alla propria collezione e molti appassionati di numismatica colgono al volo l’occasione, mettendo a frutto rudimentali conoscenze di HTML. Il risultato è la formazione

² Neologismo da me coniato per indicare i molteplici fenomeni analizzati in questo capitolo e riconducibili all’incontro tra la numismatica e le reti informatiche.

di un'autentica "giungla digitale" composta da migliaia di progetti amatoriali, spesso curati in modo approssimativo nella grafica e nell'organizzazione dei contenuti, in una sorta di rapida e disordinata colonizzazione del Cyberspazio.

E' con la terza ondata, databile intorno alla fine degli anni '90, che si giunge ad una progressiva crescita e diversificazione delle risorse numismatiche presenti sul web. Accanto ai classici portali istituzionali e ai siti amatoriali, progressivamente più validi dal punto di vista contenutistico e gradevoli graficamente, nascono e si sviluppano molteplici realtà destinate a trasformarsi in "luoghi sacri" del collezionismo numismatico in Rete: i portali tematici, le aste on-line, i mercatini virtuali, i newsgroup, i forum e i blog.

Il connubio tra le reti informatiche e la numismatica sembra quindi rivelarsi vincente e duraturo, unendo al fascino di un'antica e nobile passione tutte le potenzialità della telematica e dell'interconnessione. Ma il panorama *webnumismatico* mondiale si presenta frammentato almeno fino al 2000, influenzato da molteplici variabili, quali il numero di connessioni per abitante, la copertura territoriale, la velocità di banda, i tempi e le modalità d'uso di Internet e la percentuale di domini registrati per nazione.

Un certo ritardo si nota anche nel nostro Paese. La porzione di Cyberspazio relativa alla *webnumismatica* comincia a formarsi solo intorno al 1997³, con la pubblicazione on-line delle prime pagine personali curate da esperti e appassionati. Ma la vera esplosione del fenomeno va collocata tra il 1999 e il 2001, come testimonia la comparsa di numerosi siti amatoriali, commerciali e istituzionali, ospitati su server italiani o con contenuto in lingua italiana. Si assiste perciò ad un processo di maturazione graduale che, dopo una fase iniziale di apparente inconciliabilità tra web e collezionismo numismatico, favorisce una straordinaria fusione fra le due realtà, determinando un periodo di forte crescita e consolidamento.

L'attuale situazione viene presentata nei prossimi paragrafi attraverso l'analisi di 150 siti [Cfr. Appendice - A], visitati tra luglio e dicembre 2007 e catalogati tramite una duplice modalità: l'interrogazione dei principali motori di ricerca presenti su Internet (Google, MSN Live Search, Yahoo, Altavista, Technorati e Ask.com), utilizzando un gruppo selezionato di *keywords*, e una navigazione selettiva in specifiche *directory*⁴, procedendo alla verifica di tutti i link riconducibili alle tematiche del collezionismo numismatico.

Il campione così ottenuto, pur non rappresentando il risultato di un'indagine statistica condotta con metodo scientifico, offre un quadro significativamente valido per poter stimare

³ Nella ricerca presentata in questo capitolo non sono stati individuati siti italiani databili prima del 1997.

⁴ Una *directory* è un vero e proprio catalogo di siti selezionati da un software di ricerca che permette di visualizzare i risultati più rilevanti per categoria/argomento, ma può configurarsi anche come una lista di siti scelti dagli utenti e inseriti in uno specifico database (*human directory*).

quali siano oggi le dimensioni e le peculiarità della *webnumismatica* in Italia. I dati raccolti evidenziano innanzitutto che soltanto 33 dei 150 siti catalogati garantiscono agli utenti una partecipazione interattiva (attraverso forum, chat e *guestbook*⁵); mentre i restanti 117 sono praticamente statici e si limitano a fornire un indirizzo di posta elettronica e la possibilità di iscriversi ad una *newsletter* o di porre delle domande ai responsabili del progetto tramite la compilazione di un apposito *form*.

Dal punto di vista contenutistico e tipologico, i siti possono invece essere suddivisi in sei diverse categorie, comprendenti a loro volta ulteriori sottocategorie strutturali e tematiche. Il campione esaminato risulta quindi composto da:

- 50 siti amatoriali;
- 43 siti commerciali;
- 24 portali tematici;
- 23 siti ufficiali di associazioni/istituzioni;
- 6 siti specializzati in aste numismatiche;
- 4 riviste on-line.

2.3 Siti amatoriali

Quella dei “siti amatoriali” è la tipologia che conta il maggior numero di siti e che costituisce una forma pionieristica di convergenza tra web e numismatica. Si tratta di piccoli spazi on-line curati da singoli appassionati o da un ristretto gruppo di utenti. La maggior parte di questi progetti è generalmente ospitata da server/portali che offrono un servizio di *hosting*⁶ gratuito (Digilander, Webalice, Geocities, Spazioinwind, Altervista, Tiscali, Xoom, Lycos, Freeweb) e ha un’architettura grafica standard e molto semplice, anche se non mancano siti con dominio registrato (17/50) e design particolarmente elaborato, né i blog (5/50) di nuova generazione⁷. Esistono due “sottospecie” tipologiche di siti amatoriali: da una parte tutti quelli

⁵ E’ il libro degli ospiti all’interno del quale è possibile lasciare i propri messaggi o esprimere semplicemente un giudizio sul sito visitato.

⁶ Servizio gratuito o a pagamento che mette a disposizione dell’utente un dominio Internet e uno spazio web in cui ospitarlo.

⁷ I cinque blog individuati sono nati negli ultimi 2-3 anni, sfruttando servizi gratuiti come Live Space di Msn, Blogger.com e Splinder.com.

riservati alle collezioni private, dall'altra quelli dedicati allo studio e all'approfondimento di svariati argomenti numismatici.

I siti incentrati sul collezionismo vero e proprio sono in netta maggioranza (34/50) e hanno caratteristiche molto simili fra loro. Si configurano infatti come homepage personali, correlate da una serie di sezioni praticamente convenzionali: una breve presentazione con le motivazioni riguardanti il proprio hobby, una o più schede riservate alla classificazione delle monete/banconote possedute, una *mancolista* con tutti i pezzi ricercati, una lista di *doppie* da poter scambiare con altri collezionisti, un elenco dei *good* e dei *bad traders*⁸ e una raccolta di link interessanti.

Molti appassionati cercano di arricchire i loro siti, personalizzandone l'aspetto grafico delle pagine o inserendo contenuti utili per i visitatori. Si possono quindi trovare risorse e strumenti d'ogni tipo: rubriche informative, contenenti notizie e curiosità legate al mondo del collezionismo, guide che spiegano come conservare, pulire e scannerizzare o fotografare una moneta, glossari numismatici e archivi fotografici di vario genere.

Le principali problematiche relative a questa sottospecie tipologica sono rappresentate dalle gravi lacune di accessibilità e usabilità, riscontrate nella quasi totalità dei 34 casi presi in esame. Escludendo i siti abbandonati o scarsamente aggiornati, sono gli spazi web appesantiti con *gif* animate, pulsanti di grandi dimensioni, scritte lampeggianti o in movimento, colori inappropriati e musiche di sottofondo a lasciare delle perplessità sull'efficacia progettuale e sull'effettiva fruibilità dei contenuti.

L'altra sottospecie tipologica appartenente al genere amatoriale è rappresentata dai siti (16/50) che si occupano di ricerche e studi sulla numismatica. Sono progetti caratterizzati da una maggiore accuratezza e sobrietà, rispetto alle pagine personali dei collezionisti, e hanno finalità prettamente divulgative. Gli autori di questi siti sono generalmente interessati ad uno specifico ambito (periodo storico, monetazione di uno stato, tecniche di coniazione, attività di una zecca), che viene approfondito mediante la pubblicazione di numerosi articoli, documenti, immagini e analisi dettagliate.

In molti casi, non si tratta di numismatici professionisti o di studiosi accademici, ma di semplici appassionati che associano al loro hobby anni di letture e indagini e che sposano una particolare visione del collezionismo numismatico: *la moneta, nel suo vasto repertorio di sfaccettature, di simboli, è senza dubbio uno degli strumenti ermeneutici più adeguati per lo studio dell'uomo nel suo sviluppo storico, sociale ed è perciò portatore di un valore che non è*

⁸ Con good traders e bad traders si indicano rispettivamente i collezionisti affidabili e scorretti con cui ogni appassionato ha già effettuato scambi di monete in passato.

*compatibile con quello commerciale. Soltanto quando la moneta è posta fuori dal circuito di scambio, e a patto che non gli venga dato un prezzo, essa diventa mezzo per un fine che non è più la tesaurizzazione, la ricchezza, ma lo studio, ed essa può rivestire così lo stesso ruolo di un libro*⁹.

Anche gli esperti occupano una fetta di Cyberspazio. I loro siti, seppur in minoranza, hanno infatti grande visibilità e sono inseriti all'interno di *webring*¹⁰ internazionali, legati a numerosi gruppi di discussione (ad esempio gli italiani “numismatic-L” e “La Lira” ospitati su Yahoo.it). Non stupisce quindi che noti numismatici italiani come Sergio Rossi e Lorenzo Bassi, responsabili rispettivamente di “Roth37.it” e “Moneteantiche.org”, abbiano ricevuto il prestigioso “Forum Ancient Coin Award¹¹ for Numismatic Excellence” nel 2006 e nel 2007, classificandosi al primo e al terzo posto nella speciale graduatoria mondiale per i migliori siti di numismatica. E' il segno evidente che Internet costituisce un terreno fertile non soltanto per marginali progetti personali, ma anche per una *webnumismatica* di qualità.

2.4 Siti commerciali

I siti commerciali costituiscono una tipologia in forte crescita, tanto che nei prossimi anni i siti di negozi e aziende operanti nel settore del collezionismo potrebbero rappresentare, almeno dal punto di vista numerico, i veri protagonisti del panorama numismatico nazionale. All'interno del campione sono presenti 43 siti commerciali, facilmente distinguibili in base alla loro attività principale:

- 33 negozi di numismatica;
- 4 commercianti privati;
- 4 aziende produttrici di materiale per collezionisti.
- 2 periti numismatici.

⁹ Tratto da: www.simposionumismatico.it

¹⁰ Un circuito di siti sullo stesso argomento che possono essere visitati in sequenza.

¹¹ E' un riconoscimento internazionale assegnato da Forumancientcoins.com, uno dei più importanti e frequentati portali di numismatica al mondo.

I negozi on-line si occupano fondamentalmente della vendita di monete e banconote, ma anche di cartoline, libri, medaglie, francobolli e altri oggetti da collezione. I siti sono delle autentiche vetrine virtuali che rimandano alle offerte e ai servizi dei negozi off-line, dando la possibilità al cliente di consultare il listino prezzi, scaricare il catalogo mensile in formato digitale, controllare accuratamente le condizioni di vendita, sfogliare le *fotogallery* dei vari lotti disponibili e ovviamente effettuare prenotazioni o acquisti direttamente su Internet. Rispetto agli spazi amatoriali, la quasi totalità degli *e-shop* ha un dominio proprio, pagine frequentemente aggiornate e un'architettura grafica sobria ed elegante, ideata e realizzata da professionisti del *web design*.

In Rete, il negoziante-numismatico riveste un ruolo particolare e dissimile dal classico commerciante off-line. L'attività svolta on-line non si limita infatti al solo raggiungimento dello scopo economico, attraverso la compravendita di monete e banconote, ma tende ad articolarsi in una serie di iniziative collaterali in grado di stimolare e coinvolgere il vasto pubblico degli appassionati. E' per questo motivo che molti *e-shop* assomigliano a veri e propri portali di numismatica, offrendo ai clienti rubriche d'approfondimento, calendari relativi ai principali eventi fieristici del settore, schede analitiche, bibliografie, guide tecniche e cenni normativi sui beni culturali e sul collezionismo.

Inoltre, nei siti di aziende particolarmente rinomate, come "Bolaffi" e "Numismatica Lago Maggiore", viene data ai collezionisti l'opportunità di entrare a far parte di un club esclusivo¹², pagando una quota associativa che garantisce notevoli vantaggi (sconti, offerte speciali, inviti per convegni e mostre). In altri casi, invece, si ha la possibilità di pubblicare annunci in apposite bacheche telematiche, chiedere una stima su una singola moneta o su un'intera collezione, partecipare ad aste, inviare *mancoliste* con cui prenotare direttamente i pezzi mancanti e cedere dei lotti al negozio stesso.

Merita, infine, di essere sottolineata l'iniziativa promossa dalla "Numismatica Tevere", ovvero l'istituzione di un riconoscimento a carattere nazionale, denominato "Premio Tevere" e diventato negli ultimi anni un simbolo d'eccellenza: *il premio intende riconoscere con un segno tangibile coloro che si sono distinti negli studi, nella letteratura, nell'editoria, nella propaganda e nel commercio numismatico; insomma il premiato verrà scelto tra coloro che avranno attivamente contribuito alla diffusione della numismatica*¹³.

¹² Il club promosso dall'azienda "Numismatica Lago Maggiore" prende il nome di "Very Important Client Club" (www.numismatica.it/club.htm), mentre Bolaffi ha dato vita al "Collector Club" (www.collectorclub.it).

¹³ Tratto da: http://www.numismaticatevere.it/servizi_premtev.html

A metà strada fra i siti amatoriali e quelli commerciali si collocano le pagine curate dai venditori non professionisti. Gli autori dei quattro siti relativi a questa ristretta sottospecie tipologica sono semplici collezionisti, disposti a vestire i panni del commerciante con l'unica finalità di cedere ad altri appassionati monete e banconote doppie o in eccesso. Due dei siti hanno dominio proprio, mentre gli altri due sono realizzati tramite servizi gratuiti, ma in entrambi i casi si tratta di spazi web personali, scarsamente aggiornati e con evidenti lacune di carattere grafico-contenutistico.

Un genere molto meno diffuso rispetto ai classici negozi di numismatica è rappresentato dagli *e-shop* specializzati nella vendita di materiale per collezionisti (lenti d'ingrandimento, raccoglitori, cataloghi, album). Accanto ai prodotti stranieri importati da aziende di fama internazionale, le imprese che gestiscono questi siti (4/43) commercializzano prevalentemente articoli di produzione propria o realizzati in Italia. Le offerte sono contenute all'interno di spazi web ben curati graficamente e ricchi di informazioni, che costituiscono un punto di riferimento tanto per i negozi di numismatica (target primario), quanto per i collezionisti, che grazie ad Internet possono interfacciarsi direttamente con la ditta, acquistando praticamente a prezzi da grossisti.

L'ultima forma commerciale individuata all'interno del campione è costituita dai siti dedicati alla stima e alla perizia delle monete (2/43). Nel primo caso si tratta dell'homepage di un perito numismatico¹⁴, che pubblicizza la propria attività professionale attraverso la Rete; l'altro è invece un progetto innovativo e ambizioso: *il primo sito di stima e consulenza on line che vi permette di conoscere meglio le vostre monete, medaglie e banconote, offrendovi la possibilità di valutazioni on line e la certificazione dell'autenticità di ogni esemplare*¹⁵. E' l'ennesima dimostrazione di come la numismatica e il web non siano mondi separati, ma elementi fondanti di una moderna *webnumismatica*, basata tanto sulla passione e sullo studio, quanto su Internet e sull'e-commerce.

¹⁴ <http://www.cristianocoins.it/index.asp>

¹⁵ Tratto da: <http://www.stimamonete.it>

2.5 Portali tematici

Questa tipologia appare piuttosto ampia e variegata. All'interno dei 24 siti catalogati vengono infatti affrontati argomenti di diversa natura (monete antiche, banconote, Euro, forme e tendenze del collezionismo contemporaneo), con modalità grafiche e progettuali che variano da un caso all'altro. Ciò che accomuna questi spazi web è l'adozione di un modello strutturale tipicamente riconducibile ai portali verticali, con l'approfondimento di un preciso ambito tematico. Raggruppando i siti in base al loro contenuto, si ottiene una classificazione comprendente cinque sottospecie:

- 7 *portali-guida* sul collezionismo e sulla numismatica;
- 4 portali dedicati alla cartamoneta;
- 4 portali dedicati alle monete in Euro;
- 4 cataloghi fotografici;
- 5 portali su tematiche connesse alla numismatica.

I 7 *portali-guida* si presentano come autentiche porte d'ingresso al vasto mondo del collezionismo e della numismatica, offrendo servizi e contenuti di vario genere. Sono siti realizzati prevalentemente da università, aziende e associazioni culturali, ma non mancano i *portali amatoriali* creati da esperti o appassionati. Le sezioni principali che compongono tali spazi web si configurano come sottoaree indipendenti:

- *Eventi*. Pagine in cui vengono pubblicizzate mostre, fiere e convegni a carattere nazionale, con la possibilità per gli utenti di inserire nuove date al calendario già presente e di visitare i siti correlati alle manifestazioni sponsorizzate.
- *News*. Articoli di attualità riguardanti il collezionismo, tratti da giornali e riviste di settore o redatti direttamente dai responsabili/curatori del sito. La tipologia e la qualità dei testi e delle rubriche variano sensibilmente da un portale all'altro, in funzione delle competenze numismatiche dello staff redazionale.
- *Annunci*. Bacheche liberamente utilizzabili per pubblicare messaggi riguardanti la compravendita o lo scambio di monete e banconote. In genere, è un servizio gratuito offerto a tutti gli utenti registrati.

- *Aste*. Sono lo strumento ideale per gli acquisti tra aziende e privati o semplicemente fra privati. Chi gestisce il portale può fare da tramite, ospitando le aste senza alcuno scopo di lucro, ma può anche avere una percentuale di guadagno su ciascun oggetto venduto, oppure fungere da venditore. Le aste sono precluse ai non iscritti al sito.
- *Shopping*. Uno spazio può essere dedicato esclusivamente alla vendita di monete e banconote ai frequentatori abituali, spesso associati ad un club o aderenti ad altre forme di *partnership* promosse dal portale stesso. Ad esempio, il sito Dea Moneta¹⁶ offre ai commercianti e ai professionisti l'opportunità di aprire un negozio on-line.
- *Cenni storici e legislativi*. Pagine destinate alla trattazione della storia numismatica (origini, periodizzazioni, sviluppi) e all'approfondimento delle principali norme che regolano il collezionismo di monete antiche e preziose. Tali sezioni includono spesso informazioni utili, ma sono poco diffuse e scarsamente sviluppate.
- *Utilities*. Si tratta di strumenti e risorse di grande rilevanza per i collezionisti, come i cataloghi, le fotogallery, i glossari numismatici e le guide sullo stato di conservazione e sul grado di rarità delle monete.
- *Canali comunicativi*. Le principali forme d'interazione sono i forum, le chat e i newsgroup. Tuttavia, l'interattività e la possibilità di prendere parte ad una comunità on-line non sono garantite da tutti i portali analizzati.

Un classico esempio di *portale-guida* è rappresentato dal sito “Interhobby”, lanciato nel 1998 dall'azienda Gigante¹⁷, specializzata nella produzione di cataloghi numismatici. Nelle intenzioni degli autori, il portale avrebbe dovuto ospitare anche due ampie sezioni dedicate all'arte e all'antiquariato, disponibili in quattro lingue (italiano, inglese, francese e tedesco), ma la versione attualmente in Rete è disponibile solo in italiano e si occupa unicamente di collezionismo numismatico. *Interhobby è aperto, gratuitamente, a tutti ed è dedicato all'arte, all'antiquariato ed al collezionismo. Esso mira a fornire nel modo più veloce, ordinato e completo, tramite articoli, servizi, links, motori di ricerca e database, tutte le informazioni utili agli operatori commerciali, ai collezionisti, agli studiosi e ai curiosi*¹⁸. Il sito offre anche un forum di discussione¹⁹, nato dall'idea di creare in un unico contenitore un punto d'incontro per i collezionisti e un servizio *post vendita* riservato ai clienti.

¹⁶ <http://www.deamoneta.com>

¹⁷ <http://www.gigante.it>

¹⁸ Tratto da: <http://www.interhobby.com/it/collezionismo/numismatica>

¹⁹ <http://www.amici.gigante.it>

Un caso particolare di *portale-guida* è costituito dal sottosito di Wikipedia dedicato alla numismatica. L'*enciclopedia libera* del web non si avvale delle classiche sezioni/rubriche elencate in precedenza e non ha finalità commerciali (mancano le aste e gli spazi destinati alla compravendita di monete), sposando lo spirito di condivisione e di cooperazione che sta alla base del *social software*. Com'è noto infatti, *i software wiki sono strumenti di creazione collaborativa, accessibili attraverso un web browser e che permettono a un gruppo di autori di sviluppare in comune un sito wiki* [Klobas, 2007, 3].

L'obiettivo principale del *progetto numismatico* di Wikipedia è di *creare voci correlate a tutti i tipi di monete, gettoni, banconote ed altri tipi di moneta, di standardizzare il contenuto ed il formato dei dati di queste voci. Inoltre, di provvedere ad una qualche forma di verifica per le voci di argomento numismatico*²⁰. Si è quindi di fronte ad un *portale-guida* a carattere divulgativo, gestito potenzialmente da tutti gli esperti e i collezionisti che vogliono fornire il loro contributo, migliorando le pagine e le definizioni già esistenti, o creandone di nuove in modo da arricchire ulteriormente l'enciclopedia.

Un altro portale che tende a distinguersi dagli altri è il sito "Moneta e Civiltà"²¹, a cura della Cattedra di Numismatica dell'Università di Roma "Tor Vergata". E' uno spazio web nato per illustrare ed essere di supporto ad una piccola mostra tenutasi dall'1 al 7 dicembre 1994 e articolata attorno a monete rinvenute nel fiume Tevere. Nel corso degli anni è stato però trasformato in un *portale-guida* a carattere storico, con molte pagine dedicate alla monete antiche, principalmente greche e romane, ma con cenni anche alla monetazione bizantina, medievale e celtica, alle tecniche di coniazione e allo studio dei rinvenimenti monetali. Il sito ha richiesto certamente un grande lavoro di ricerca e la creazione di un apposito database in cui inserire la mole di dati raccolti, ma i risultati sono stati ottimi e hanno portato alla pubblicazione on-line di informazioni preziose, soprattutto per ciò che concerne la monetazione romana repubblicana in argento.

Il secondo gruppo di portali tematici comprende quattro siti rivolti agli appassionati di cartamoneta. Sono spazi web meno *generalisti* rispetto ai *portali-guida*, dato che i contenuti e gli approfondimenti sono circoscritti al mondo delle banconote, ma le pagine di questi portali offrono comunque una grande varietà di risorse e strumenti. "Banconote.it" si configura, per esempio, come un vero e proprio punto di riferimento on-line per tutti i collezionisti di cartamoneta italiana, ospitando un ricchissimo catalogo fotografico, una serie di articoli scritti

²⁰ Tratto da: <http://it.wikipedia.org/wiki/Portale:Numismatica>

²¹ <http://www.monetaecivilta.it/index.html>

da esperti del calibro di Guido Crapanzano²², un forum e un mercatino riservato agli utenti registrati, con aste organizzate secondo il modello Ebay. Inoltre, gli iscritti al sito hanno la possibilità, tramite il servizio denominato “iltuonome.banconote.it”, di costruirsi e gestire un sottosito gratuito, nel quale inserire informazioni ed immagini relative alla propria collezione, in modo da poterla condividere con l’intera comunità.

Molto simili, per peculiarità grafiche e strutturali, ai portali tematici sulla cartamoneta sono quelli dedicati al collezionismo di *euromonete*. Questo fenomeno numismatico ha avuto inizio nel 2002 con l’entrata in vigore dell’Euro nei primi dodici²³ Paesi aderenti alla moneta unica dell’Unione Europea, avvicinando alla numismatica milioni di nuovi collezionisti in tutto il mondo. Le conseguenze di questo boom non hanno tardato a farsi registrare anche su Internet; si è così assistito ad una proliferazione di spazi commerciali, o di apposite sezioni all’interno di *e-shop* già esistenti, esclusivamente destinati alla compravendita di *euromonete*. Ma al di là degli effetti prorompenti avuti sui negozi e sulle aste on-line, l’avvento dell’Euro ha portato alla nascita di nuovi portali tematici, come “Euromania” (nato nel febbraio del 2002) e “Gpeppi Eurocoins” (datato marzo 2002). Si tratta dei primi due siti italiani dedicati alle *euromonete*, divenuti in pochi anni di fondamentale importanza per gli appassionati di questo specifico settore della numismatica.

“Euromania” ha ottenuto nel 2005 il primo premio “eContent Award Italy”²⁴, per i migliori contenuti digitali, e una serie di riconoscimenti da altre organizzazioni mondiali che attestano l’eccellenza grafica e progettuale del sito; mentre “Gpeppi Eurocoins” vanta più di un milione di contatti unici nel quinquennio 2002-2007 e oltre tre milioni e mezzo di pagine visitate da dicembre 2006 ad oggi. Sono numeri e dati che dimostrano come entrambi i portali tematici abbiano avuto un successo incredibile sin dalla loro comparsa sul web, diventando protagonisti assoluti del panorama numismatico italiano e trasformandosi, grazie soprattutto agli scambi comunicativi garantiti dai rispettivi forum di discussione, in autentiche miniere informative sul collezionismo delle *euromonete*.

Un’altra sottospecie di portali tematici è rappresentata dai *cataloghi illustrati on-line*. In questi siti vengono pubblicate centinaia di foto, provenienti da libri, raccolte pubbliche e collezioni private, correlando le immagini di schede informative sulle varie monete, dati sullo

²² Guido Crapanzano è riconosciuto come uno dei più autorevoli studiosi italiani di cartamoneta e cura la rubrica con le risposte alla posta dei lettori di Banconote.it.

²³ In realtà, i Paesi aderenti all’Euro sono stati inizialmente quindici. La zecca italiana conia infatti anche le monete della Repubblica di San Marino e del Vaticano, mentre quella francese si occupa delle monete del Principato di Monaco. Da gennaio 2007 anche la Slovenia ha aderito alla moneta unica. Mentre a gennaio 2008 è stata la volta di Malta e Cipro.

²⁴ <http://www.econtentaward.it>

stato di conservazione e quotazioni. Ma il lungo e meticoloso lavoro di ricerca necessario per realizzare e tenere costantemente aggiornato un *catalogo illustrato on-line* è probabilmente la principale motivazione per cui questa specifica forma di portale non è particolarmente diffusa nell'ambito della *webnumismatica* italiana.

Il caso isolato de “Il Marengo”²⁵ dimostra in modo esemplare che la passione di un collezionista può essere messa a frutto, con la creazione di un sito assolutamente gratuito, utile per gli amanti di questo hobby e progettato in maniera professionale; tuttavia fra i quattro *cataloghi* presenti all'interno del campione solo tre risultano veramente attivi, funzionanti e ben curati, mentre il quarto²⁶ sito appare abbandonato da parecchi anni, come testimonia il valore di mercato delle singole monete espresso ancora in Lire.

Completano il quadro dei portali tematici quei siti che affrontano argomenti di nicchia o, per certi versi, paralleli al mondo della numismatica e del collezionismo. Se ne contano appena cinque, dedicati rispettivamente alla storia dell'oro e delle monete preziose, al collezionismo dei miniassegni²⁷, alla passione per le ricerche di oggetti in metallo tramite il metal detector, all'economia, alle valute mondiali e all'antiquariato. Si tratta indubbiamente di portali molto diversi tra loro per aspetto grafico, contenuti, obiettivi e target, ma che riservano uno spazio considerevole alla trattazione di tematiche ed aspetti di carattere numismatico.

2.6 Siti istituzionali

Con il termine “istituzionali” possono essere classificate almeno tre diverse categorie di siti: i circoli numismatici on-line, le associazioni culturali e professionali con un proprio spazio web e i siti ufficiali di tutti gli enti fieristici, delle mostre, delle banche e dei musei. Complessivamente appartengono a questa tipologia 23 siti:

- 11 enti di vario genere;
- 8 circoli numismatici cittadini o regionali;
- 4 associazioni culturali e professionali.

²⁵ <http://www.ilmarengo.com>

²⁶ <http://www.mediasoft.it/monete>

²⁷ I miniassegni (valori da 50, 100, 200 lire) furono emessi da numerose banche per rimediare all'inspiegabile penuria di monete che colpì l'Italia nel 1975.

Tra i siti istituzionali spiccano naturalmente quelli della Banca d'Italia²⁸ e dell'Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato²⁹, anche se in entrambi i casi sarebbe più opportuno parlare di *portali istituzionali*, vista la mole di sezioni tematiche e informazioni dettagliate offerte agli utenti-cittadini: dati statistici ed economici, notizie ufficiali, bandi di gara, note legali, cenni storici ed artistici, filatelia, editoria. Ovviamente, le aree destinate all'approfondimento degli ambiti d'interesse della numismatica risultano particolarmente ampie e accurate, proponendo in modo sistematico tutti i dati relativi alla coniazione delle monete italiane, ma anche consigli utili su come riconoscere le banconote false, guide sulle tecniche di produzione e di stampa, schede introduttive sui sistemi di sicurezza adottati per evitare le contraffazioni, servizi multimediali e un catalogo on-line attraverso il quale acquistare pezzi da collezione. Esiste, infine, il sito del Museo della Zecca di Stato³⁰ in cui viene presentata la più importante raccolta nazionale, composta da circa 20.000 opere tra monete, medaglie, oggetti di conio e bozzetti in cera.

Accanto alle pagine dedicate ai musei, alle mostre e alle collezioni numismatiche ospitate da istituti bancari, si può annoverare anche un altro gruppo di siti istituzionali, ovvero quello costituito dagli spazi web dei più noti enti fieristici e delle principali manifestazioni commerciali sparse per l'Italia. Due casi emblematici sono rappresentati da "Veronafil"³¹ e dal "Gran Balon"³². Entrambe queste fiere-mercato, pur avendo caratteristiche e dimensioni completamente diverse l'una dall'altra, possono contare su un proprio sito creato e gestito rispettivamente dall'"Associazione Numismatica di Verona" e da un gruppo di commercianti torinesi. Le pagine relative ai due eventi sono ricche di *news* e offrono tutte le informazioni utili per raggiungere e partecipare alle singole manifestazioni, configurandosi come autentiche vetrine promozionali.

²⁸ <http://www.bancaditalia.it/bancomonete>

²⁹ <http://www.ipzs.it>

³⁰ <http://www.museozecca.ipzs.it>

³¹ Organizzata dall'Associazione Filatelica Numismatica di Verona, Veronafil è la manifestazione filatelica, numismatica e cartofila più importante d'Italia, che si tiene presso la Fiera di Verona. L'evento si svolge con cadenza semestrale (maggio e dicembre) e costituisce un appuntamento irrinunciabile per tutti gli appassionati di filatelia, numismatica, telecarte, kinder, cartoline, hobbistica e piccolo antiquariato.

³² *Il mercato del Balon prende il nome dall'omonima zona alle spalle di Porta Palazzo. A metà dell'Ottocento il luogo era frequentato dai rigattieri torinesi; oggi è il posto ideale per scoprire le botteghe che propongono prodotti e manufatti di ogni specie. Il sabato è il giorno del mercato che diviene il cuore pulsante di quest'area legata alla tradizione popolare. La seconda domenica del mese è la volta del Gran Balon: dai giocattoli ai mobili d'antiquariato, dai pizzi e merletti agli oggetti per i collezionisti, una varietà di offerte che fanno di questo mercato un punto d'attrazione per il pubblico proveniente da tutta Italia* (tratto da: <http://www.balon.it>).

Un sito istituzionale unico nel suo genere è il progetto realizzato dal “Dipartimento di Storia Antica” dell’Università di Bologna. Il sito, curato dalla docente Emanuela Ercolani³³, è interamente dedicato alla numismatica e ospita una serie di articoli sulla monetazione antica, ma al suo interno trovano spazio anche altre sezioni molto interessanti, come le raccolte di link per reperire varie risorse numismatiche su Internet, un buon glossario e naturalmente la presentazione dei vari corsi tenuti presso l’Ateneo bolognese. Tuttavia, la maggior parte delle pagine appare poco curata graficamente e incompleta dal punto di vista contenutistico; lacune dovute verosimilmente ad una gestione poco attenta e certamente discontinua, come sembrano confermare i tanti link rotti e gli ultimi aggiornamenti datati 28 settembre 2006. Dunque, un’occasione persa per valorizzare, anche a livello accademico, le potenzialità divulgative e didattiche della *webnumismatica*.

La seconda sottospecie riconducibile alla *tipologia istituzionale* è costituita dai siti ufficiali dei circoli numismatici. Sono molto spesso realtà cittadine o regionali che hanno alle spalle una lunga storia, fatta di nomi illustri, importanti manifestazioni e naturalmente una grande passione per il collezionismo e lo studio delle monete. Internet offre ai circoli la possibilità di farsi conoscere e di coinvolgere nuovi soci, illustrando tutte le attività svolte e le iniziative promosse.

Si tratta di spazi web ben curati e con un’ampia offerta di risorse numismatiche, provenienti principalmente dai lavori di ricerca e dagli studi dei soci. Non è raro che i circoli on-line si occupino, oltre che di numismatica, di altre forme di collezionismo, riservando particolare attenzione alla filatelia³⁴. Tipicamente, la mappa di questo genere di siti si articola in cinque macrosezioni:

- *Chi siamo*. Area dedicata alla presentazione della storia e delle finalità del circolo. Tra le informazioni ricorrenti possono figurare l’indirizzo della sede sociale, gli orari d’apertura al pubblico, l’atto costitutivo e lo statuto, la lista dei membri del consiglio direttivo, uno o più indirizzi di posta elettronica ed eventuali recapiti telefonici.
- *Attività*. E’ un elenco costantemente aggiornato di tutti gli eventi e le iniziative promossi dal circolo e dei principali appuntamenti numismatici a carattere nazionale (mercatini, fiere, mostre, convegni, aste). Uno spazio significativo può essere riservato alla presentazione di studi e ricerche sulle monete e sul collezionismo.

³³ Emanuela Ercolani Cocchi è docente di numismatica nelle facoltà di “Lettere e Filosofia” e di “Conservazione dei Beni Culturali” e svolge numerosi corsi presso la “Scuola di Specializzazione in Archeologia”.

³⁴ Filatelia è il termine con cui si identifica il collezionismo di francobolli.

- *News*. Il notiziario on-line è indirizzato fundamentalmente ai membri del club e offre soprattutto notizie relative alle decisioni dell'assemblea dei soci e all'attività del circolo. Annunci e segnalazioni di altro tipo sono meno frequenti. Le news sono di solito un estratto del bollettino informativo inviato periodicamente agli iscritti, ma non mancano formule comunicative alternative, come la rivista bimestrale "Noi con la lente", distribuita in formato digitale dal "Circolo Numismatico Mantovano"³⁵.
- *Biblioteca*. L'elenco completo dei libri disponibili presso la sede sociale del circolo e liberamente consultabili.
- *Come associarsi*. Tutte le informazioni necessarie (responsabili, quote associative e domanda di adesione) per diventare un membro o un socio onorario.

Questi siti hanno enormi potenzialità per svecchiare l'immagine del collezionista, in genere considerato un personaggio solitario, quasi ossessionato dal proprio hobby e disposto a spendere ingenti somme per l'acquisto di oggetti di ogni tipo. Tale visione stereotipata è infatti smentita dalla crescente diffusione dei circoli numismatici, quali libere aggregazioni formate da centinaia di collezionisti che periodicamente scelgono di riunirsi, anche attraverso il web, per condividere la loro passione. I principi e le finalità che guidano i membri di un circolo o di un'associazione culturale vanno perciò nella direzione opposta all'isolamento e al collezionismo basato superficialmente sull'accumulo di monete. Come si può leggere quindi sull'homepage del "Club Filatelico e Numismatico Savonese": *è solo quando il piacere venale del possesso lascia il posto allo studio e alla ricerca che la raccolta si trasforma in collezione e quindi in una fonte inesauribile di conoscenza e di cultura*.³⁶

La Rete si dimostra un terreno fertile per questi gruppi organizzati non solo perché funge da autentica cassa di risonanza verso quegli utenti-collezionisti territorialmente vicini alla sede del circolo, ma soprattutto perché offre le potenzialità per creare un *network* tra tutti i siti esistenti, mettendo in comunicazione gli appassionati connessi da ogni parte d'Italia. Essere presenti on-line garantisce senza dubbio grandi vantaggi: *tutti i soci, effettivi, onorari, junior o sostenitori, possono utilizzare i servizi messi a disposizione dal Circolo, oltre ad usufruire di sconti e facilitazioni sull'acquisto di accessori, album, cataloghi e altro ancora. Ma soprattutto al Circolo si trova quel patrimonio di competenza e amicizia di insostituibile valore*³⁷.

³⁵ http://www.cifinuma.it/_pg/noi_con_la_lente.htm

³⁶ Tratto da: <http://digilander.libero.it/cfnsv/index.htm>

³⁷ Tratto da: <http://www.filatelico-pesaro.org>

Infine, occorre ribadire che Internet e l'informatica rappresentano per i collezionisti più giovani ed inesperti le nuove frontiere della numismatica ed è tale consapevolezza che ha spinto molti circoli a scegliere di non trasformarsi in luoghi austeri ed elitari, ma di sposare una missione ambiziosa, aprendosi ai *new media* e ad un pubblico più ampio e variegato. Insomma, una nuova dimensione socioculturale dei circoli nell'era della *webnumismatica*, ben testimoniata dalla *pagina-presentazione* del "Centro Numismatico Valdostano": *l'evoluzione dei tempi e delle tecnologie della comunicazione, ci ha aiutato a comprendere che, anche nella nostra dimensione, era necessario e possibile fare un salto qualitativo, proponendoci verso l'esterno in maniera più diretta ed efficace con la costituzione di questo nostro portale informatico. L'intenzione è di riuscire a sfruttare quest'opportunità, oltre che per presentarci con un'immagine in linea con i tempi, anche per divulgare un po' di cultura numismatica, cercando così di assolvere a quello che deve essere il fine principale di un'associazione che tratta tale disciplina. [...] La nostra speranza è che la combinazione "Numismatica e Informatica", possa coniare anche in questo caso, un mezzo efficace di comunicazione e conoscenza, come lo è stata nei secoli la moneta*³⁸.

Gli ultimi quattro siti catalogabili come "istituzionali" appartengono ad associazioni culturali e professionali affini ai circoli, ma composte prevalentemente da esperti, studiosi, commercianti e professionisti. Tre di esse sono organizzazioni senza alcuno scopo di lucro, finalizzate alla promozione, alla divulgazione e all'approfondimento di temi numismatici, anche attraverso la Rete. Si tratta della "Società Numismatica Italiana", dell'"Accademia Italiana di Studi Numismatici" e dell'"Istituto Italiano di Numismatica"; mentre il quarto spazio web individuato è il sito ufficiale dell'associazione nazionale "N.I.P", che riunisce tutti i "Numismatici Italiani Professionisti".

La "Società Numismatica Italiana" è una ONLUS fondata nel 1892 con lo scopo di promuovere e diffondere gli studi relativi alle monete, alle tessere, ai pesi monetari, alle medaglie e ai sigilli. *Tra le varie iniziative portate avanti figura la pubblicazione della "Rivista Italiana di Numismatica e Scienze Affini", la più antica rivista scientifica del settore in Italia, che annualmente raccoglie qualificati interventi di studiosi italiani e stranieri. Organizza giornate di studio e convegni in collaborazione con studiosi e con le Società Numismatiche di tutto il mondo. Dispone inoltre di una biblioteca che costituisce una delle maggiori raccolte specialistiche in Italia, aperta anche ai non soci*³⁹.

³⁸ Tratto da: <http://www.cnvaldostano.it/chisiamo.htm>

³⁹ Tratto da: <http://www.socnumit.org/chisiamo/chisiamo.htm>

L'“Istituto Italiano di Numismatica” è stato fondato nel 1912 e trasformato in ente pubblico nel 1936. I compiti dell'associazione riguardano l'incentivazione e la realizzazione di studi e ricerche nel campo della numismatica, anche in collaborazione con altre istituzioni (Soprintendenze archeologiche, Musei, Università ed enti di ricerca italiani e stranieri). I risultati di questi lavori vengono successivamente pubblicati sul periodico dell'Istituto e in altre opere monografiche⁴⁰.

L'“Accademia Italiana di Studi Numismatici” è un'associazione culturale fondata nel 1996. *Essa intende riunire tutti gli studiosi che con pubblicazioni scientifiche e la loro attività contribuiscono alla promozione degli studi e alla divulgazione della numismatica intesa come scienza e fonte primaria d'informazioni storiche oltre che come forma di collezionismo. [...] L'Accademia attraverso conferenze, incontri, servizi e seminari mira a svolgere un'opera di educazione e formazione finalizzata a qualificare maggiormente il collezionismo numismatico nelle sue più diverse espressioni*⁴¹.

L'“Associazione dei Numismatici Italiani Professionisti” è nata nel 1992 ed è l'organo di categoria che rappresenta gli interessi dei commercianti numismatici. Il sodalizio conta circa 80 professionisti associati e ha tra i suoi obiettivi principali il coordinamento di azioni, idee e attività per un mercato numismatico di alto livello. Inoltre, l'associazione si prodiga per lo sviluppo di studi scientifici e per la lotta contro le falsificazioni, cooperando alla tutela e alla valorizzazione del patrimonio numismatico nazionale⁴².

Come emerge da questa breve carrellata, i quattro siti istituzionali riconducibili alle associazioni culturali e professionali risultano delle autentiche vetrine informative, costruite in modo da fornire agli utenti un'efficace panoramica sull'operato delle singole organizzazioni, con un'ampia gamma di riferimenti bibliografici a riviste e pubblicazioni cartacee. Quasi tutte le pagine hanno una grafica minimalista e riservano la maggior parte dello spazio ai contenuti testuali, conseguentemente la navigabilità appare piuttosto semplice ed intuitiva. L'aspetto più problematico riguarda, invece, l'eccessiva specializzazione che caratterizza questi siti e che di fatto restringe il pubblico dei potenziali frequentatori ai collezionisti più esperti e competenti.

⁴⁰ <http://www.istitutoitalianonumismatica.it/storia.asp>

⁴¹ Tratto da: <http://www.accademianumismatica.org>

⁴² <http://www.numismatici-nip.it>

2.7 Aste e riviste on-line

Le ultime due tipologie rintracciabili tra i 150 siti presi in esame fanno riferimento rispettivamente alle aste e alle riviste on-line. Sono categorie poco ampie che raggruppano complessivamente dieci siti, ma che hanno sicuramente un'enorme rilevanza per il pubblico dei collezionisti e degli studiosi di numismatica.

Il gruppo delle *aste on-line* comprende quattro portali dedicati ad attività di *e-commerce* basate sul sistema delle aste e due siti ufficiali di case d'asta, operanti anche al di fuori di Internet. Il fenomeno della compravendita di oggetti e prodotti d'ogni tipo, nuovi o usati, tramite aste on-line nasce negli USA tra il 1995 e il 1997, anni in cui avviene il lancio di Ebay da parte di Pierre Omidyar⁴³.

Il più famoso sito di aste telematiche al mondo diventa nel giro di un quinquennio una vera e propria multinazionale, con oltre trenta versioni locali e più di cento milioni di utenti registrati. Numeri che lo rendono uno dei siti più frequentati e popolari dell'intera Rete. *Il meccanismo di compravendita è simile a quello delle aste tradizionali: chi vende descrive l'oggetto, indica modalità di pagamento e spedizione e un prezzo base; i potenziali acquirenti fanno le loro offerte con dei rilanci, e chi fa la proposta migliore vince l'asta [...] Le aste online non sono del tutto gratuite: il venditore paga una commissione percentuale (molto bassa) se l'asta è andata a buon fine e, nel caso di Ebay, pochi centesimi di euro per ogni inserzione. Per gli acquirenti, invece, c'è solo il pagamento dell'oggetto che si sono aggiudicati* [Bagatta, 2006, 7].

"Ebay Italia" esordisce nel gennaio del 2001 e registra subito un enorme successo tra gli utenti del nostro Paese, stravolgendo per sempre le abitudini d'acquisto di milioni di persone: *Internet ha rivoluzionato l'approccio al commercio. Nella forma tradizionale, il privato pensa solo all'acquisto. Con il web, però, può anche vendere. Grazie alle aste online, chiunque voglia svuotare la propria cantina può farlo rischiando di portare a casa anche qualche euro. E per ogni oggetto di cui disfarsi, ci sarà sempre qualcuno interessato. A patto che il prezzo sia giusto* [Bagatta, 2006, 6].

⁴³ In qualità di fondatore e presidente, nel 1995 Pierre Omidyar ha cambiato il volto del commercio su Internet creando eBay, il più grande sito al mondo di compravendite. Cercando di creare un luogo in cui gli scambi commerciali potessero avvenire in modo efficiente, Pierre Omidyar ha inventato le aste online. Attraverso questo meccanismo gli acquirenti e i venditori sono in grado di stabilire il valore reale degli oggetti e instaurare rapporti commerciali. Pierre ha lanciato eBay per hobby. Il suo vero lavoro era quello di gestire le relazioni con gli sviluppatori per General Magic. Prima di lavorare per General Magic era stato socio fondatore di Ink Development Corp., ribattezzata in seguito eShop e acquisita successivamente da Microsoft. Ha iniziato la sua carriera nel settore della programmazione come sviluppatore per Claris, una società affiliata ad Apple Computer, occupandosi di applicazioni consumer (tratto da: <http://www.ebay.it>)

La sezione numismatica di Ebay⁴⁴ rappresenta innegabilmente un punto di riferimento per tutti i collezionisti italiani, non solo per ciò che riguarda l'acquisto di monete e banconote, magari difficili da reperire attraverso i consueti canali, ma soprattutto per la possibilità di raccogliere informazioni sull'intero settore, vale a dire sull'andamento del mercato, sulle principali tendenze e sulla disponibilità dei singoli pezzi, semplicemente sfogliando le pagine del sito e comparando i prezzi di chiusura delle varie aste on-line.

Inoltre, il meccanismo dell'asta rende molto interessante e talvolta piuttosto conveniente comprare on-line oggetti da collezione. Questo perché il prezzo base è spesso irrisorio rispetto al reale valore di mercato, in maniera tale da invogliare molti utenti a fare offerte e a seguire l'andamento dell'inserzione fino alla sua conclusione. Certo, esiste il rischio che in alcuni casi il "gioco dei rilanci" possa trasformare un potenziale affare in un acquisto un po' azzardato ed eccessivamente costoso. Difficilmente però i collezionisti più esperti si lasciano trasportare dall'istintività e dai facili entusiasmi, preferendo allo shopping impulsivo un'osservazione lunga e accurata delle aste e riservando grande attenzione al comportamento degli *ebayer*⁴⁵ coinvolti e all'effettiva autenticità delle monete e delle banconote.

Alla base del "sistema Ebay", un ruolo chiave è giocato senza dubbio dal punteggio di *feedback*. Si tratta di uno strumento assolutamente indispensabile per valutare l'operato e il comportamento dei venditori o degli acquirenti, consultando i voti e i commenti degli altri *ebayer* in occasione di transazioni passate. Le valutazioni positive, negative o neutre, ricevute dai vari membri della comunità e rese pubbliche, contribuiscono a determinare l'affidabilità e la reputazione di ciascun utente, influenzandone le compravendite future. Non è raro infatti che un *ebayer* con un punteggio negativo sia emarginato dalle aste.

Molti siti hanno provato ad ispirarsi al modello di "Ebay Italia", imitandone le strategie comunicative e le scelte di marketing, ma sempre con scarsi risultati in termini di pubblico e guadagni. Insuccessi che hanno spesso portato alla chiusura di questi portali concorrenti, almeno nella loro versione italiana. E' ad esempio il caso di "Qxl.it", unica valida alternativa ad Ebay, eppure sospeso definitivamente nel novembre del 2006, a causa del limitato volume d'affari realizzato, rispetto alle altre versioni del sito operanti in Scandinavia, Svizzera ed Europa dell'Est. Una sorte simile è toccata anche al portale "Akkett! Il mercato dei desideri", non più attivo ormai da mesi e prossimo ad una riapertura con nuovi servizi di *e-commerce* riservati ai titolari di Partita Iva.

⁴⁴ <http://numismatica.ebay.it>

⁴⁵ Termine con cui vengono identificati gli utenti della comunità di Ebay.

Dunque, i portali di aste on-line attualmente funzionanti e con una specifica sezione destinata alla numismatica faticano a competere in un mercato caratterizzato dalla posizione dominante di Ebay, ma nonostante tali difficoltà l'affermarsi di realtà come "Banconote.org", interamente dedicato alla compravendita di cartamoneta, e "Delcampe.it", promosso in Italia dall'omonima società belga⁴⁶, dimostrano che questo settore della *webnumismatica* gode di ottima salute e appare in forte espansione anche nel nostro Paese.

Il grande successo delle aste telematiche e dell'*e-commerce* ha sicuramente influenzato e favorito la diffusione di un altro particolare genere di spazi web, ovvero i siti ufficiali delle case d'asta. L'attività di tali soggetti commerciali è mutata di pari passo con l'evoluzione della Rete e della numismatica, diventando sempre più simile a quella dei siti specializzati in aste on-line. L'esordio su Internet di realtà consolidate come "InAsta" e "Artemide Aste"⁴⁷, con la possibilità di iscriversi e partecipare alle aste tramite canali telematici o scaricando periodicamente un listino di vendita in formato digitale, è il segno tangibile di come gli ultimi tradizionali baluardi della numismatica off-line stiano aprendosi progressivamente alle innovazioni multimediali e alle enormi potenzialità del web.

Un'ulteriore conferma di come Internet sia riuscito a cambiare completamente lo scenario italiano del collezionismo numismatico giunge dalla comparsa on-line, negli ultimi anni, delle più importanti riviste specializzate, che da decenni si occupano di questo hobby con articoli e recensioni curati da esperti e studiosi del settore. Si tratta di pubblicazioni molto conosciute e apprezzate dagli appassionati, quali "Cronaca Numismatica"⁴⁸, mensile fondato nel 1989 e sbarcato in Rete nel 2005, "La tribuna del Collezionista"⁴⁹, mensile di attualità filatelico-numismatica disponibile in versione digitale dal 2002, e "Panorama Numismatico", edito dall'azienda "Nomisma".

"Cronaca Numismatica" è sicuramente la rivista più famosa e diffusa⁵⁰ in Italia. Si occupa prevalentemente di monete, banconote, medaglie e titoli antichi. La numismatica viene affrontata sia dal punto di vista storico, attraverso rubriche di approfondimento, sia dando spazio alle notizie d'attualità relative al mondo del collezionismo, con la pubblicazione di tutte le informazioni utili riguardanti i convegni, le fiere, le mostre e le principali aste. Il sito di "Cronaca Numismatica" era inizialmente una scarna pagina di presentazione ospitata, insieme ad altre pubblicazioni specializzate, sul portale del "Gruppo Editoriale Olimpia", ma

⁴⁶ <http://www.delcampe.it>

⁴⁷ Curiosamente, o molto più probabilmente per motivi di ordine fiscale, le due aziende (<http://www.inasta.com> e <http://www.artemideaste.com>) hanno sede presso la Repubblica di San Marino.

⁴⁸ <http://www.cronacanumismatica.it>

⁴⁹ <http://www.latribunadelcollezionista.it>

⁵⁰ Tiratura dichiarata: 15000 copie (fonte ANES – Associazione Nazionale Editoria periodica Specializzata).

nel 2005 la casa editrice ha deciso finalmente di operare un *restyling* del proprio sito, creando uno spazio interamente dedicato al mensile numismatico.

Tuttavia, le pagine on-line non presentano contenuti sviluppati appositamente per il web, ma vengono utilizzate essenzialmente per pubblicizzare l'edizione cartacea della rivista, offrendo agli utenti un sommario e la copertina del numero in edicola, uno spazio per le *news*, un'area riservata agli utenti registrati, l'archivio dei numeri passati (non in versione integrale), un apposito box per scrivere alla redazione e tutte le informazioni utili per potersi abbonare alla rivista. Il sito assomiglia quindi più ad una vetrina promozionale che ad una *webzine*⁵¹, come testimonia anche l'assenza di link tematici, sostituiti da un *webring* dedicato alle altre pubblicazioni della stessa casa editrice⁵².

Una situazione del tutto simile a quella di "Cronaca Numismatica" si manifesta sui siti di "La tribuna del Collezionista" e di "Panorama Numismatico". In entrambi i casi infatti i rispettivi spazi web hanno evidenti finalità commerciali e pubblicitarie e di conseguenza tendono a scartare l'opportunità di utilizzare strumenti divulgativi alternativi per rivolgersi ad un target diverso dal pubblico dei lettori affezionati e abituali. Ad esempio, sul sito che ospita la pagina di presentazione alla rivista "Panorama Numismatico" non vengono riproposti contenuti parziali o vecchi articoli, ma semplicemente una breve descrizione del periodico, correlata di copertina, prezzo e modalità d'abbonamento. Inoltre, la sezione riservata a questa pubblicazione specializzata si colloca all'interno di un più vasto "Nomisma Store"⁵³, destinato ad attività di vario genere (vendita di monete, organizzazione di aste, promozione di libri e cataloghi), in modo da non godere di quella centralità e quella visibilità necessarie per trasformarsi in un'efficace strumento di comunicazione numismatica in Rete.

L'unica rivista che sembra sfruttare appieno le potenzialità offerte da Internet e dalla multimedialità è "ArcheoMedia". Si tratta di una pubblicazione disponibile solamente on-line, distribuita con la formula dell'*abbonamento gratuito*, previa iscrizione alla newsletter del sito, e rivolta a tutti gli appassionati di archeologia, nonché agli amanti della numismatica. *La redazione è formata da soci "Mediares", società di servizi per la cultura*⁵⁴, *con il supporto di collaboratori esterni. "ArcheoMedia" è uno strumento di aggiornamento sulle novità archeologiche (scoperte e ritrovamenti, libri, CD-Rom e video, apertura di musei e parchi, studi e ricerche, mostre e convegni, beni da salvare, ecc.)*⁵⁵.

⁵¹ La webzine è una rivista pubblicata on-line in formato digitale.

⁵² Il Gruppo Editoriale Olimpia pubblica numerose riviste dedicate al tempo libero e agli hobby più svariati.

⁵³ <http://www.nomismaweb.com>

⁵⁴ <http://www.mediares.to.it>

⁵⁵ Tratto da: <http://www.archeomedia.net/index.asp>

A differenza dei periodici cartacei e delle vetrine promozionali create unicamente per pubblicizzare le riviste specializzate, questa *webzine* ha il grandissimo pregio di facilitare il confronto fra lo staff redazionale e i lettori, tramite un apposito forum di discussione aperto ai soli utenti registrati, e di coinvolgere i frequentatori più assidui ed esperti come collaboratori per la stesura di articoli e ricerche. L'approccio adottato da "ArcheoMedia" risulta perciò diametralmente opposto rispetto alle tre riviste on-line analizzate in precedenza, ponendo come obiettivo primario la diffusione e la condivisione della cultura archeologica, senza alcuno scopo di lucro.

2.8 Il successo di Lamoneta.it

L'analisi sin qui tracciata offre un'immagine nitida del panorama *webnumismatico* italiano, mostrando quante e quali siano le sfumature assunte dal fenomeno negli ultimi anni. La numismatica, intesa globalmente come un ambito di studio, un hobby collezionistico e un settore economico-commerciale, ha trovato nel web un prezioso mezzo di espansione e di rinnovamento, mettendo in contatto appassionati ed esperti, associazioni culturali e semplici amanti delle monete, professionisti del settore e giovani alle prime armi. La forza di Internet è stata quindi quella di coagulare queste diverse realtà, attraverso una fitta rete di siti e progetti, in grado di trasformare una porzione del Cyberspazio in un universo con regole, linguaggi, rituali, istituzioni e *cyberluoghi* del tutto specifici e peculiari.

E' in questo contesto digitale che il 29 febbraio del 2004 nasce il portale di Lamoneta.it, il più grande sito di numismatica esistente oggi in Italia. Un progetto dalla formula vincente, pensato dai suoi ideatori non come l'ennesimo contenitore di risorse numismatiche, ma come un canale interattivo, capace di colmare il vuoto comunicativo della *webnumismatica* italiana. Lamoneta.it non si limita infatti ad offrire un forum di discussione, ma di fatto coincide con esso, configurandosi come un autentico *sito-forum* dedicato allo studio e al collezionismo di monete e banconote.

Attualmente⁵⁶, il Forum è suddiviso in dodici macrosezioni tematiche, comprendenti 48 sottosezioni specialistiche:

⁵⁶ Dati aggiornati a marzo 2008.

- *Il forum*. Contiene le “News”, le “Proposte” e le “Segnalazioni” degli utenti;
- *Lamoneta Club*. Si articola in “La piazzetta del numismatico”, spazio generico sull’attualità numismatica italiana; “Storia ed archeologia”; “Le prossime aste”, una finestra sempre aperta sull’andamento delle principali aste on-line e off-line; “Numismatic Anthology”, sezione predisposta all’archiviazione automatica dei migliori topic scelti dagli utenti⁵⁷.
- *Chiedi agli esperti*. Comprende “Identificazioni”, supporto per il riconoscimento di monete di epoca o provenienza incerta; “Falsi” e “Legislazione”, panoramica sulle norme che regolano il collezionismo e la numismatica.
- *Monete Antiche*. Ospita otto sottosezioni specialistiche: “Preromane”; “Romane Repubblicane”; “Romane Imperiali”; “Romane Provinciali”; “Monete Greche”; “Bizantine e Barbariche”; “Altre antiche”; “Identificazioni monete antiche”.
- *Monete Medioevali*. Suddivisa in “Zecche Italiane” e “Zecche Straniere”.
- *Monete Moderne*. Suddivisa in “Zecche Italiane” e “Zecche Straniere”.
- *Monete Contemporanee*. Raccoglie le discussioni relative a “Stati Preunitari”; “Regno d’Italia e Colonie”; “Repubblica”; “Euro”; “Altre Monete”.
- *Altre sezioni*. Questo spazio contiene tutte le sottosezioni nate recentemente su proposta degli utenti e approvate dallo staff di Lamoneta.it: “Monete Pontificie”; “Medaglistica”; “Araldica”; “Cartamoneta”; “Scripofilia”, dedicata ai topic sulle antiche obbligazioni, sui certificati e sulle polizze assicurative d’epoca; “Circoli Affiliati”, area riservata al coordinamento dei circoli numismatici appartenenti al *circuito lamonetiano*; “Exonumia”, per discutere di gettoni e pesi monetali.
- *Area tecnica*. Suddivisa in “Tecnologie produttive”, per dibattere di temi relativi alle varie tecniche di coniazione e alla metallurgia delle monete; “Conservazione e Restauro”, consigli e indicazioni utili sul trattamento dei tondelli metallici.
- *Sezioni speciali*. Comprende “Raduni e iniziative”, spazio per l’organizzazione di incontri ed eventi rivolti agli utenti di Lamoneta.it; “PNO”, area riservata ad un gruppo di programmatori impegnati nello sviluppo di uno specifico software per archiviare intere collezioni⁵⁸; “Organizza Mostra”; “I progetti del Network”;

⁵⁷ Da gennaio 2008 è attivo un sistema di rating che permette di classificare le discussioni del Forum, per mezzo di valutazioni (l’assegnazione di un punteggio che varia da una a cinque monete d’oro) espresse dagli utenti e in base alle quali vengono individuati i “best topic”.

⁵⁸ PNO (“Pecunia non olet”) rappresenta l’ultima fase del progetto avviato nel settembre del 2006, con lo scopo di creare un programma per la catalogazione di monete (MeBnet - <http://www.mebnet.altervista.org/index.htm>).

raggruppa le cinque sottosezioni relative ai Cataloghi, alla Chat, ai Manuali, a Lamonetapedia e agli Identificatori istantanei;

- *Piazza Affari*. Suddivisa in “Scambi”, sezione accessibile solamente agli utenti registrati che offre la possibilità di scambiare monete e banconote; “Mercatino”, pagina di riferimento per segnalare problemi o abusi all’interno di Numisbay, il sito d’aste on-line di Lamoneta.it.
- *Fuori Tema*. Si articola in “Nuovi Arrivati”, spazio libero che permette ai nuovi iscritti di presentarsi alla comunità; “Agorà”, piazza virtuale per dibattere di temi non inerenti alla numismatica, “Auguri”, raccolta di topic per celebrare festività, compleanni e altre ricorrenze; “Supporto Tecnico”, segnalazioni di problemi e richieste d’aiuto; “International Support”, angolo del Forum per accogliere tutti i visitatori stranieri (assistenza in lingua inglese e spagnola).

Naturalmente, il Forum non rappresenta l’unica risorsa di Lamoneta.it, ma è certamente lo strumento essenziale grazie al quale negli ultimi anni sono stati lanciati e sviluppati diversi progetti a carattere numismatico, semplicemente facendo leva sulla collaborazione degli utenti e su un valido coordinamento da parte dei membri dello staff. La storia del portale è costellata di sperimentazioni ed innovazioni che hanno completamente ridisegnato la *webnumismatica* italiana, portando Lamoneta.it ad affermarsi come il punto di riferimento del collezionismo in Rete. Un sito dalle mille potenzialità che oggi appare in forte crescita, ma che non ha smarrito la propria *mission*, continuando ad ispirarsi ai principi della partecipazione, della condivisione e della socializzazione, con la duplice finalità di promuovere e divulgare la numismatica, sia sul web che off-line.

Ad avviare i rivoluzionari progetti di Lamoneta.it è stato il numero zero della webzine⁵⁹ “Monet@”, presentato sul Forum nel luglio del 2004 e destinato a rappresentare l’esordio di una pubblicazione specialistica curata da un’apposita redazione *lamonetiana*, ma accantonato pochi mesi dopo a causa della scarsa disponibilità di collaboratori. Alla fine del 2004 è stata la volta del “Catalogo Fotografico”, creato per archiviare le immagini messe a disposizione dagli utenti, in modo da renderle facilmente reperibili. E’ il primo esempio di cooperazione reso possibile dal contributo degli iscritti al Forum e può essere considerato come l’apripista di una lunga serie di iniziative, basate sulla politica della *partecipazione collaborativa*. In seguito al successo fatto registrare dai cataloghi fotografici, nascono infatti i “Manuali” (giugno 2005),

⁵⁹ <http://www.lamoneta.it/index.php?showtopic=340>

“Lamonetapedia” (luglio 2005), gli “Identificatori istantanei” (ottobre 2005) e “Numisbay” (giugno 2006). Si tratta di progetti estremamente diversi fra loro, con caratteristiche peculiari e obiettivi specifici che saranno ampiamente illustrati nel quarto capitolo di questo lavoro e che hanno avuto il grande merito di trasformare un semplice Forum di discussione in un vero e proprio “Network di Numismatica e Storia”⁶⁰.

⁶⁰ Definizione scelta dagli stessi creatori di Lamoneta.it, che trova concreta applicazione anche nella “Top 1000”, una classifica per siti numismatici, ideata con lo scopo di costruire il primo webring numismatico italiano.

3. Digito ergo sum

3.1 *Lamonetiani si diventa*

Il percorso a tappe compiuto nei primi due capitoli ci ha aiutato a comprendere la complessità e l'evoluzione del campo disciplinare relativo alla CMC e a contestualizzare una realtà peculiare come Lamoneta.it all'interno di un fenomeno più vasto e diffuso, legato all'eccezionale sviluppo della numismatica e del collezionismo sul web. In questa terza parte, invece, l'analisi sarà incentrata sulla comunità dei *lamonetiani*¹, per cercare di capire se essa costituisca semplicemente un gruppo in comunicazione attraverso Internet o se l'insieme delle interazioni e delle relazioni rintracciabili al suo interno siano effettivamente le manifestazioni di un micromondo digitale socialmente organizzato.

Gli utenti registrati al sito di Lamoneta.it sono attualmente più di 7000², ma il loro numero è in costante aumento a dimostrazione di come la comunità sia destinata a crescere ulteriormente nei prossimi anni, garantendo un necessario ricambio generazionale tra vecchi e nuovi *lamonetiani*. Le motivazioni che spingono un visitatore casuale o un *lurker* ad iscriversi al portale sono sicuramente molteplici e di diversa natura: la possibilità di discutere sul Forum di tutto ciò che riguarda la numismatica, l'opportunità di condividere il proprio hobby con migliaia di appassionati, l'idea di conoscere altri collezionisti, il supporto di gente esperta e disponibile, l'accessibilità alle sezioni riservate ai soli utenti registrati, come il mercatino e lo spazio per gli scambi, la voglia di sostenere la comunità e il desiderio di collaborare alla realizzazione di un progetto ambizioso.

Tuttavia, è probabile che molti frequentatori occasionali, semplici curiosi ma anche potenziali *lamonetiani* preferiscano non registrarsi, limitandosi ad usufruire di informazioni e risorse messe liberamente a disposizione di tutti, senza alcun obbligo di partecipazione attiva alle varie iniziative o ai dibattiti promossi dal sito. Le caratteristiche di questi utenti sono naturalmente impossibili da studiare, poiché non esistono tracce ed indizi sufficienti a ricostruire un loro identikit. Si tratta verosimilmente di un pubblico anonimo, ampio ed eterogeneo, composto da soggetti che *si limitano a leggere ciò che gli altri comunicano fra di loro, ricoprendo così un ruolo passivo, ma pur sempre significativo per chi occupa tale*

¹ Lamonetiano (più raramente lamonetista o lamonetiere) è il termine coniato dai primi utenti di Lamoneta.it per autodefinirsi.

² Tutti i dati riportati in questo capitolo fanno riferimento all'ultimo rilevamento effettuato l'1 marzo 2008.

posizione. L'osservatore silenzioso è comunque una persona che, a modo suo (quando presente con una certa assiduità), vive la realtà delle comunità virtuali, non è percepibile, né considerato dagli altri, ma sa cosa voglia dire introdursi in una collettività particolarmente ampia, ne conosce le dinamiche, ne segue gli sviluppi. Magari si affeziona a delle storie, a dei personaggi, oppure avverte delle antipatie, e alimenta dei sentimenti che lo spingeranno prima o poi, forse, ad uscire allo scoperto e ad intervenire [Buccieri, 2004, 18-19].

Evidenziare i singoli fattori che condizionano l'atteggiamento degli *utenti-spettatori* di Lamoneta.it sarebbe un'impresa ardua, ma una ricostruzione attendibile può essere operata a partire dai messaggi di presentazione lasciati dai *lamonetiani* appena iscritti all'interno del forum "Nuovi arrivati". Questa sezione rappresenta un'autentica porta d'ingresso e raccoglie centinaia di topic in cui gli utenti provano a spiegare le ragioni della loro registrazione al sito, dopo un iniziale periodo di *lurking*.

"Ho avuto modo di apprezzare il forum già da un po' di tempo frequentandolo come utente non registrato, per cui oggi ho deciso di iscrivermi.", "Vi seguo da parecchio tempo e vi ritengo un grande punto di riferimento on-line per tutti gli appassionati di numismatica, ma solo ora ho deciso di compiere il grande passo e di unirmi a voi.", "Ciao è da tanto tempo che utilizzo questo forum per riconoscere le mie monete o per avere delle dritte, ma solo ora mi iscrivo. Adesso sarà molto più semplice con la vostra personale collaborazione!". Sono affermazioni di questo tipo che dimostrano come il processo decisionale che porta un *osservatore silenzioso* a diventare un *insider* possa essere piuttosto lento e riflessivo. Molto dipende dalle variabili in gioco e dalle difficoltà, o presunte tali, che ostacolano gli *outsider* nel tentativo di superare le barriere d'ingresso alla comunità.

Le motivazioni più significative e ricorrenti per giustificare la scelta di registrarsi a Lamoneta.it, dopo una prolungata partecipazione latente, sono fondamentalmente:

- Le scarse conoscenze numismatiche (*"Mi sono appena iscritto a questo forum e non sono un vero e proprio esperto in numismatica, ma ho alcune monete ricevute in eredità da una vecchia collezione"; "Cari amici, quando parlate di monete capisco solo una parte di quello che dite, ma piano piano, una parola qua, un parere là, mi sto inserendo nell'ottica del collezionismo"*).
- La poca familiarità con le tecnologie informatiche (*"Spero di poter comunicare decentemente visto che l'uso del computer mi è quasi sconosciuto"; "E' la mia prima esperienza in un forum. Quante cose dovrò imparare?"*).

- Il bisogno di acquisire una certa confidenza col sito e con i *lamonetiani* (“E’ un po’ che navigavo come visitatore sul Vs. forum e vedendo la funzionalità la competenza di chi collabora e lo frequenta ho deciso di iscrivermi”).
- Il sentirsi fuori luogo o di troppo (“La mia presenza in questo forum, lo ammetto, è un po’ opportunistica perchè probabilmente non sarò in grado di rispondere a thread tecnici, più che altro porrò domande su monete in mio possesso e sul loro valore”; “Seguo il Forum con molta attenzione e ho imparato veramente tanto da tutti Voi, anche se non mi sento all’altezza di partecipare attivamente alle discussioni”).
- La mancanza di tempo (“Questo sito è ampissimo come anche il suo forum e purtroppo non ho tanto tempo per controllare ogni post. Se per caso ho sbagliato a postare questa discussione chiedo scusa”).
- I problemi linguistici (“Sono nuovo da pochi giorni. Il mio italiano è un po’ povero perchè vivo nella Spagna da molti anni. Spero di trovare gente seria ed aperta”).

L’iscrizione al Forum e a tutti i servizi ad esso correlati può essere considerata come la prima fase del processo d’integrazione nella comunità preesistente, che porta all’acquisizione della “cittadinanza”, ma la sola registrazione non basta a trasformare gli ultimi arrivati in veri *lamonetiani*. I momenti iniziali devono essere gestiti al meglio dai nuovi utenti per evitare di incappare in un richiamo dei moderatori o, peggio ancora, nello stigma sociale da parte dei membri più assidui ed esperti. All’interno di Lamoneta.it il clima è generalmente tollerante verso i *newbies*, ma spetta certamente agli “aspiranti cittadini” leggere con molta attenzione e applicare sin da subito il regolamento e il “Decalogo del buon Lamonetiano”, in modo da evitare di assumere atteggiamenti poco apprezzati o compiere azioni espressamente vietate (ad esempio pubblicare nuovi topic o postare domande su argomenti già trattati, senza prima effettuare le dovute ricerche).

Il rispetto del sistema normativo costituisce quindi una condizione preliminare per potersi liberamente relazionare con tutti i componenti della comunità, senza correre il rischio di essere emarginati o esclusi dal dibattito a causa di un comportamento irrispettoso o di una cattiva reputazione. Ogni singolo post contribuisce infatti a far emergere e a fissare nella memoria collettiva dei *lamonetiani* le caratteristiche e la storia di ciascun utente, influenzando sia l’attribuzione di uno status sociale che la collocazione in una precisa posizione della scala gerarchica di Lamoneta.it.

Nessun collezionista o numismatico è a priori un *lamonetiano*, ma tutti i frequentatori del portale possono teoricamente diventarlo, imparando ad anteporre gli interessi del gruppo ai propri e basando i rapporti on-line su interazioni costruttive, condivisione e cooperazione. Come viene sottolineato dunque nel “Decalogo del buon Lamonetiano”: *Lamoneta.it è un forum di discussione aperto a tutti gli utenti che vogliono discutere di argomenti legati alla numismatica e al collezionismo numismatico in un ambiente amichevole e collaborativo. Come per tutte le comunità on line, per il successo del forum è indispensabile il contributo di tutti gli utenti, in un gioco continuo di dare e avere*³.

3.2 Identità virtuali o reali?

Nel 1993 la rivista americana “The New Yorker” pubblicava la famosa vignetta [Cfr. Appendice - B] di Peter Steiner in cui un cane seduto al computer suggerisce ad un altro: “Su Internet nessuno sa che sei un cane!”. Era l’epoca in cui le teorie del postmodernismo radicale conquistavano gli ambienti accademici e giornalistici, imponendo un’ipotesi tecnoutopica del Cyberspazio e del *cyberself*. Una visione incentrata sulla netta separazione tra realtà virtuale e *real life*, sulla riconfigurabilità delle identità on-line, sull’anonimato garantito dall’assenza del corpo e sulla possibilità di sperimentare il *gender switching* all’interno di veri e propri *identity playground*. La crisi del paradigma postmodernista ha dimostrato però che le dinamiche di costruzione del *cyberself* sono decisamente più complesse e vincolanti di quanto si potesse immaginare, considerato che ancorano l’identità del singolo al feedback interazionale e alle sue reti relazionali di appartenenza.

La comunicazione mediata da computer, specie se usata per lunghi periodi all’interno di gruppi organizzati e comunità on-line, impedisce la manipolazione identitaria e la libera scelta fra molteplici Sé simulacrali. Il *cyberself* prende forma infatti nel corso di un processo duraturo in cui gli interlocutori, la circolazione dell’informazione, la fiducia reciproca, la reputazione e i continui scambi comunicativi in contesti virtuali e reali giocano un ruolo di cruciale importanza. Lo schermo del pc non basta quindi a nascondere o proteggere l’utente dal dover dimostrare costantemente la veridicità della propria identità, mettendo in scena azioni e reazioni coerenti nel tempo.

³ Tratto da: http://www.lamonetapedia.it/index.php/Decalogo_del_buon_Lamonetiano

Il primo passo verso la costruzione del *cyberself* è l'*autorappresentazione*. Nel Forum di Lamoneta.it esiste, come già sottolineato in precedenza, la possibilità di presentarsi alla comunità tramite la specifica sezione “Nuovi arrivati”. Esordire ufficialmente in questo spazio permette di fornire alcune importanti informazioni sul proprio conto e di essere accolti benevolmente dagli altri *lamonetiani*. Inoltre, il primo post si configura come un autentico biglietto da visita virtuale, contenente una serie di indizi e segnali che inevitabilmente finiranno per essere decodificati, memorizzati, ridefiniti e messi alla prova dall'intera comunità. Non si tratta soltanto dei messaggi testuali inseriti volontariamente dagli utenti, ma di una vera e propria mole di informazioni trasmessa indirettamente tramite la scelta del nickname, dell'avatar, della firma automatica e persino dell'indicazione relativa alla località di provenienza.

Tutti i topic e i post hanno una struttura che permette l'immediato riconoscimento dei vari autori, grazie ad una “carta d'identità” digitale [Cfr. Appendice - C] che compare accanto ad ogni intervento dei diversi partecipanti al dibattito. Si tratta di una scheda informativa che riassume i dati e gli aspetti più significativi di ciascun utente, riportando nell'ordine:

- Il nickname, ovvero lo pseudonimo scelto dal *lamonetiano* al momento della registrazione al Forum.
- L'avatar, cioè una piccola immagine adottata come simbolo di riconoscimento all'interno della comunità.
- Il titolo nobiliare, ossia la denominazione convenzionale che serve a misurare il grado di partecipazione ai dibattiti (cittadino, nobile, barone, visconte, duca, ecc.).
- Il gruppo di appartenenza che indica la posizione gerarchica dell'utente (utente, utente premium, moderatore, supermoderatore).
- Il totale dei messaggi inseriti nelle varie discussioni.
- La data di iscrizione al Forum.
- La città/il paese di residenza.
- Il numero-utente, vale a dire il codice numerico assegnato ad ogni iscritto.
- Il logo di “supporter”, un bollino assegnato dai responsabili del portale agli utenti che contribuiscono economicamente al sostentamento di Lamoneta.it.
- I ringraziamenti, ovvero il punteggio relativo al feedback e ai commenti positivi ricevuti dagli altri *lamonetiani* ai quali è stata offerta collaborazione.

- Le segnalazioni, cioè il numero di visite realizzate dal sito, attraverso il link personalizzato con cui ciascun utente può pubblicizzare Lamoneta.it.
- La firma automatica, ossia una frase, una citazione o anche un nome che compare in coda a tutti i messaggi pubblicati. Al pari dell'avatar è un elemento opzionale e in alcuni casi non viene adoperata.

Il nickname è in genere il frutto di una scelta consapevole da parte dell'utente e costituisce l'unico aspetto immutabile di un iscritto al Forum. Non esiste nessuna regola, né alcuna limitazione alla fantasia che possa interferire con la creazione di questi originali e curiosi nomignoli. All'interno di Lamoneta.it ne esistono diverse tipologie e sono gli stessi *lamonetiani* a darne un'adeguata ricostruzione, spiegando nelle apposite discussioni *off-topic*⁴ quale sia l'origine e il significato dei loro nick.

Il campionario è davvero vastissimo: può trattarsi del semplice nome di battesimo (Simone, Mirko, Alberto), del nome accompagnato dal proprio anno di nascita (Paolino67, Ricca770, Fabio81, Leo1083) o ancora di una parte del nome abbinata al cognome (Wfratti, Danielealiberti, Rcamil), ma esistono anche altre particolari varietà, come i soprannomi o gli pseudonimi di fantasia (Vento, Picchio, Lopezcoins, Lanotte, Ilchi23), i termini direttamente riconducibili alla numismatica (Incuso, Numes, Fior di Conio, Dracma), le parole mutate dalla storia e dall'archeologia (Legionario, Impero, Aquilasabauda, Paleologo, Caius Julius Caesar), i nomi che fanno riferimento a personaggi dei fumetti, dei film, dei cartoni animati o dei videogiochi (Rapax, Diabolik73, Joker79, Sandokan, Lara Croft, Uncle Scrooge), i nickname che indicano un preciso ambito collezionistico (Euroman, Elisa Euro, Gianeuro) e infine gli *alias* legati ai luoghi, agli animali, allo sport, alla musica, ecc.

Il nome è una parte molto importante dell'identità di un individuo, un segno distintivo che lo accompagna praticamente dalla nascita alla morte, ma nel corso della vita questo particolare simbolo può essere rimodellato o addirittura sostituito con un altro. Se è vero infatti che gli studi antropologici, condotti in società tribali, hanno dimostrato come il nome possa essere considerato una parola destinata ad evolversi, in seguito a precisi rituali di passaggio e a mutamenti sociali che scandiscono l'esistenza dei clan e dei loro membri, bisogna sottolineare che anche nelle moderne culture occidentali il nome tende a perdere la

⁴ Off-topic o semplicemente OT (in italiano *Fuori Tema*, *FT*) è un'espressione che indica un post il cui contenuto non è inerente all'argomento generale della discussione, ma può anche indicare una parte del forum che non segue strettamente il tema generale dello stesso.

propria indeformabilità e univocità, subendo continui riadattamenti e acquisendo funzionalità nuove, che vanno al di là della semplice identificazione.

Talvolta un individuo può optare per un nomignolo diverso dal nome originale poiché tale artificio gli consente di costruire il proprio *Sé* attorno ad un *alias* scelto personalmente e non imposto dagli altri come una mera etichetta di riconoscimento. In questo senso, un nome fittizio ha certamente maggiori punti di contatto con la personalità e l'identità di un soggetto, essendo il risultato di una lunga selezione o di un processo d'interiorizzazione che porta un soprannome ad affiancarsi al nome reale. Di solito, il soprannome viene ideato all'interno delle cerchie sociali frequentate dall'individuo e fa riferimento ad una caratteristica fisica, ad un tratto caratteriale o ad un particolare sfottò.

In Rete, è invece l'individuo stesso a darsi un nome e a decidere se mantenerlo fisso o se cambiarlo ripetutamente. Tale pseudonimo non va ad aggiungersi al nome anagrafico di un utente, ma di fatto ne prende il posto, divenendo il suo unico vero *alias* on-line. Non è raro però che un singolo soggetto assuma più nickname, a seconda dei *cyberluoghi* in cui svolge le proprie attività e interagisce con altri, o in base ai molteplici indirizzi di posta elettronica di cui dispone per scopi diversi (tenersi in contatto con gli amici, ricevere le newsletter dai siti preferiti, gestire affari, lavoro, studio e tempo libero). Qualunque sia l'origine e l'ambito di utilizzo di un nickname, esso svolge un compito di primaria importanza nel rendere più efficace ed efficiente la CMC, facilitando un rapido riconoscimento reciproco fra interlocutori e favorendo la formazione di *cyberself* stabili e coerenti.

La scelta di uno pseudonimo è il primo mattone che permette di costruire un'identità on-line e di sviluppare relazioni sociali significative e durature, difficilmente riscontrabili in contesti digitali dominati da interazioni e messaggi completamente anonimi. Dunque, imporre la registrazione obbligatoria per l'accesso in scrittura ad un forum o ad una qualsiasi altra forma di bacheca elettronica, come avviene nel caso specifico di Lamoneta.it, può essere un valido deterrente per evitare che un singolo utente possa intervenire nelle discussioni con nickname diversi, provocando confusione e malintesi, fingendosi qualcun altro⁵, scatenando risse virtuali⁶ o inondando i topic di spam⁷ e contenuti poco pertinenti.

⁵ In genere un utente che falsifica palesemente la propria identità, attribuendosi doti e caratteristiche che non ha, viene definito fake. Un genere di fake particolarmente dannoso è rappresentato da quegli utenti che fingono di essere qualcun altro, utilizzando il nickname di un utente noto ad un gruppo o ad una comunità, allo scopo di ottenere dei vantaggi o di danneggiare la reputazione del vero possessore dello pseudonimo.

⁶ In questi casi si parla di troll, cioè individui che interagiscono con una comunità tramite messaggi provocatori, irritanti, fuori tema o semplicemente stupidi, allo scopo di disturbare la normale conversazione e causare una catena di insulti, le cosiddette flame war.

⁷ Lo spam è l'invio di grandi quantità di messaggi indesiderati (generalmente commerciali).

Non è da escludere che anche sul Forum di Lamoneta.it qualche utente possa iscriversi con più nick o voglia entrare a far parte della comunità unicamente per porsi come agente di disturbo rispetto alle consuete modalità di svolgimento del dibattito, ma la specificità delle tematiche discusse e il valido sistema di filtraggio dei messaggi adottato dagli amministratori con la costante collaborazione di un nutrito gruppo di *lamonetiani*, comprendente oltre ai moderatori e ai supermoderatori nominati direttamente dallo staff anche gli utenti della prima ora e soprattutto i vari esperti di numismatica che frequentano attivamente il sito, permettono di mascherare facilmente eventuali cloni e provocatori.

Naturalmente, la maggior parte dei *lamonetiani* preferisce mantenere un unico *alias* (generalmente utilizzato sia all'interno del Forum che in altre sezioni di Lamoneta.it, come la Chat, Lamonetapedia e Numisbay), creando un *cyberself* conforme all'identità off-line e fornendo volontariamente le coordinate relative alla propria vita oltre lo schermo. Il nickname non viene quindi usato come una scorciatoia per occultare aspetti poco desiderabili del Sé o per garantirsi una via di fuga in caso di necessità, abbandonando lo pseudonimo "logoro" o caratterizzato da una reputazione fortemente negativa per assumerne uno nuovo di zecca, ma tende ad essere rafforzato con la pubblicazione on-line di un'enorme mole di dati personali, che ne fissano il ricordo nella memoria collettiva del gruppo.

Accanto al nickname, la "carta d'identità" digitale dei *lamonetiani* riporta due elementi particolarmente interessanti per ricostruire il processo di autorappresentazione messo in atto da ciascun utente, ovvero l'avatar e la firma. Spesso non si tratta di informazioni intuitive e direttamente riconducibili all'identità dell'individuo, ma indubbiamente sono da considerare come autentiche tracce del Sé: espressioni di una precisa dimensione socioculturale, indizi sulla personalità e sulle peculiarità caratteriali, manifestazioni di idee e credenze, segni che rimandano a specifici gusti, abitudini e passioni.

Nella filosofia e nella religione indiana, un avatar è la personificazione di una divinità, o la materializzazione di uno dei suoi aspetti. La parola deriva dal sanscrito "avatara", che significa disceso tra i mortali, ed è entrata a far parte del gergo informatico e internettiano per indicare l'icona che contraddistingue un navigatore in Rete. Nello specifico, un avatar può identificarsi con il personaggio controllato da un giocatore in un ambiente virtuale, oppure può caratterizzarsi come l'immagine associata ad un utente all'interno di un forum, un blog o un programma per l'*instant messaging*. L'evoluzione digitale del concetto di avatar va quindi nella direzione opposta al suo significato originario, rappresentando oggi la de-incarnazione dell'individuo nel Cyberspazio.

Quasi tutti gli utenti di Lamoneta.it hanno un proprio avatar, scelto fra quelli messi a disposizione dal Forum stesso o ricavato da un'immagine personale, mentre chi decide di non utilizzarne uno viene contrassegnato con un'icona di *default*, contenente la dicitura "Mr. X" e una testa incappucciata marchiata con un punto interrogativo [Cfr. Appendice - C]. Come succede per i nickname, anche per gli avatar esistono specifici topic nei quali poter illustrare agli altri le motivazioni che hanno spinto ad optare per una determinata immagine, o ad adottarne una nuova. Nella maggior parte dei casi, l'avatar ha una vita breve e, a differenza dello pseudonimo, può essere sostituito periodicamente, fornendo magari una spiegazione dettagliata della decisione presa, come se si trattasse di un cambiamento fisico o caratteriale che il *lamonetiano* sente di dover giustificare di fronte al resto del gruppo.

Pier, hai cambiato l'avatar! Non ti riconoscevo quasi più!; Ho cambiato anch'io avatar rispetto all'anno scorso (quello vecchio è retrocesso nella firma), adesso ho lo stemma dei Gonzaga; Devo correggere. Il mio nuovo avatar non è più il 4 ducati austriaco ma il 1000 scellini, un'altra moneta che ha per me un enorme valore affettivo; Non vedo l'ora di poter conoscere qualche utente dal vero perchè nella mia mente vi distinguo via avatar; Paolino, ma il tuo avatar l'hai cambiato perchè quello di prima ti sembrava troppo giovanile?; Il tuo avatar mi ricorda qualcuno del mio forum; Tranquillo, l'avatar non te lo clono!; Perchè non inserire la propria foto come avatar?; Per incuso: ma com'è che vedo sempre un avatar diverso? Sei sempre tu?; Sono femminuccia. Perchè continuate a dirmi che sono un maschio (l'avatar è chiaro, sono mezza nuda!)? Affermazioni di questo tipo sono molto frequenti all'interno del Forum e dimostrano come gli avatar siano strettamente connessi alla figure identitarie on-line, favorendo un'immediata riconoscibilità degli individui ed un progressivo arricchimento dell'immaginario collettivo.

Sebbene le dimensioni standard di un avatar siano piuttosto ridotte⁸, ciò non impedisce ai *lamonetiani* di ricorrere ad immagini significative o fantasiose che fungono da segnali di identificazione e di distinzione. Se ne possono rintracciare otto tipologie principali:

- Foto di monete, medaglie e banconote di particolare interesse numismatico, o più semplicemente appartenenti alle collezioni private degli stessi utenti;
- Stemmi nobiliari o comunali riconducibili al luogo di residenza del *lamonetiano*;
- Foto di monumenti, luoghi, personaggi e oggetti di grande valore archeologico, storico, artistico e culturale.

⁸ Sul Forum di Lamoneta.it l'avatar può misurare al massimo 64x64 pixel e avere un peso di 100 Kb.

- Immagini di attori e film celebri, eroi dei fumetti e dei cartoons, personaggi dei videogiochi, prodotti commerciali pubblicizzati in tv;
- Disegni, simboli e loghi creati appositamente dagli utenti;
- Immagini di animali domestici, auto, panorami, oggetti curiosi;
- Simboli di una particolare fede calcistica;
- Foto personali.

L'avatar scelto dall'utente non è mai un simbolo neutro, ma una chiave di lettura per accedere a specifiche informazioni identitarie. Chi adotta, per esempio, la fotografia di una moneta romana, risalente ad un preciso periodo storico, suggerisce indirettamente il proprio interesse numismatico e può guadagnarsi in questo modo le attenzioni di altri collezionisti con la stessa passione. I *lamonetiani* che "indossano" gli stemmi e i distintivi dei Savoia sono in genere piemontesi o comunque persone molto interessate alla monetazione del Regno d'Italia. L'utente che utilizza come avatar lo scudetto del Pisa sarà evidentemente un tifoso pisano e un appassionato di calcio, oltre che di monete; mentre la persona che opta per un'immagine di "Zio Paperone" ironizza sull'ossessione di accumulare un'enorme quantità di monete, ma allo stesso tempo dimostra alla comunità di essere un lettore di fumetti. Sono casi apparentemente banali, che indicano però con chiarezza la carica identitaria di un avatar e le sue potenzialità quale strumento di comunicazione non verbale.

La firma è, al pari del nickname e dell'avatar, un elemento di fondamentale importanza per la costruzione del *cyberself*, eppure il suo utilizzo all'interno del Forum di Lamoneta.it non appare particolarmente diffuso ed omogeneo. Tendenzialmente sono gli utenti più esperti ed assidui ad inserire una *signature* in coda ad ogni loro post, ma non esiste un preciso criterio per stabilire con esattezza quali *lamonetiani* decidano di usarla e soprattutto perché. Di certo, una *signature* può essere molto più complessa e ricca d'informazioni rispetto ad una semplice firma autografa. Si tratta infatti di un breve contenuto testuale o multimediale, complementare ai dati già riportati nella "carta d'identità" digitale, creato per personalizzare il profilo-utente e fornire ulteriori indicazioni su di sé. La firma è paragonabile ad un vero e proprio marchio di fabbrica che compare automaticamente in tutti i messaggi postati da un singolo individuo; essendo però un elemento opzionale e modificabile, può anche essere eliminata, sostituita, aggiornata e corretta nel corso del tempo.

Operando una classificazione delle *signature* presenti sul Forum di Lamoneta.it in base ai contenuti e alle caratteristiche formali si possono distinguere:

- Firme in cui è riportato il solo nickname o il nome di battesimo dell'utente.
- Firme contenenti indicazioni su un ambito collezionistico (es. *Collezione monete bimetalliche e monete in argento europee dal 1901 al 1980; da poco mi sono dedicato anche a Vittorio Emanuele III, per tipo e non per anno, conservate meglio possibile!; Smacchiata, lavata, stirata, rattoppata, altrimenti fior di stampa; I have a dream: a numismatic world without "Euro Pattern"*).
- Proverbi, motti, aforismi, frasi celebri (es. *Meglio morire in piedi che vivere in ginocchio; Meglio stare zitti e dare l'impressione di essere stupidi, che aprire bocca e togliere ogni dubbio; "Un popolo che ignora il proprio passato non saprà mai nulla del proprio presente" Indro Montanelli; "La teoria è quando si sa tutto ma non funziona niente. La pratica è quando funziona tutto ma non si sa il perché. In ogni caso si finisce sempre con il coniugare la teoria con la pratica: non funziona niente e non si sa il perché" Albert Einstein; La nostra terra non l'abbiamo ereditata dai nostri padri, ma presa in prestito dai nostri figli; Meglio vivere un giorno da leone che cento anni da pecora!*)
- Citazioni di autori latini e di opere della letteratura italiana (*Tu quoque Brute fili mi!; Fatti non foste a viver come bruti ma per seguire virtude e canoscena, Dante Alighieri, Inferno XXVI; Nemo patriam qui magna est amat, sed quia sua, Seneca; Diligite iustitiam qui iudicatis terram; Cogito Ergo sum!*)
- Informazioni su aspetti della vita off-line o su altre attività on-line (*Pierguido Laffi - Latina; Amministratore forum: metal detector per tutti; Ferroviere; Frizio Graphic Designer. Su Google Friziodesign; AVIS Santarcangelo di Romagna, 1978-2008: trenta anni, per il bene di tutti!; Skype: serafino64; Il mio blog su un po' di tutto? Cerca MarcoGE su Google e troverai notizie, curiosità, numismatica, foto, Genova*)
- Firme di servizio o messaggi promozionali in favore del sito (*Lamoneta.it nasce come luogo d'incontro virtuale per appassionati di Numismatica, allo scopo di consentire lo scambio di opinioni, conoscenze ed esperienze e senza alcuno scopo di lucro; Anche tu puoi aiutare i nostri cataloghi online: 1. segnala errori o imprecisioni, 2. aggiungi immagini, 3. aggiungi schede di monete, 4. inserisci i passaggi in asta delle monete; P.S.: Sul sito è VIETATO fare pubblicità ad attività proprie o altrui, a scopo promozionale e di vendita; Si prega di non*

inserire nella firma link a siti esterni, grazie). Questo genere di *signature* è adottato quasi esclusivamente dai moderatori e dai membri dello staff.

- Firme dedicate alla passione numismatica e al collezionismo (*L'invenzione della moneta segna il passaggio tra la Storia e la preistoria; In nummis colligere gaudium nostrum; Non aver fretta a comprare, altre occasioni capiteranno... anche spendendo meno*).
- Battute di film famosi o frasi tratte da brani musicali (*"Gli amici tieniteli stretti, ma i nemici ancora di più."* *The Godfather* 1972)
- Espressioni e sfottò riconducibili al tifo e alla rivalità calcistica (*Gli Scudetti sono 29!; Meglio un anno su "Scherzi a parte", che 20 anni su "Chi l'ha visto"; Il goal è valido! Forza Trezegol!*)
- Firme fantasiose e originali coniate dagli utenti e spesso associate a gif animate, foto personali o piccoli banner non-pubblicitari.
- Combinazioni di due o più tipi di *signature*.

E' importante sottolineare che il regolamento di Lamoneta.it vieta di inserire link a siti esterni nello spazio riservato alle *signature* (*Norma 3.8 - Non è consentito l'inserimento di qualsiasi tipo di link all'interno delle firme*⁹), impedendo quindi di riportare in fondo ai post eventuali collegamenti a homepage o blog personali. Nonostante tale norma appaia come una discutibile limitazione alla socialità del Forum, si tratta fondamentalmente di una decisione assunta dagli amministratori per evitare che utenti con finalità lucrose (negozianti camuffati, venditori interessati a promuovere le loro aste on-line e organizzatori di eventi/manifestazioni commerciali) possano sfruttare la grande visibilità acquisita da Lamoneta.it per pubblicizzare i propri siti, intervenendo solo occasionalmente e disinteressandosi della comunità.

Ciascun utente dispone comunque di una sua pagina personale [Cfr. Appendice - C], accessibile tramite un apposito link associato al nickname, che consente agli altri *lamonetiani* di visualizzarne il profilo completo, consultando sia il resoconto delle statistiche e delle varie attività on-line (data dell'ultima connessione, numero di post giornalieri, messaggi inseriti recentemente, nuovi topic, sezioni frequentate più assiduamente), sia ulteriori notizie relative all'identità off-line e alla specifica passione numismatica (data di nascita, link ad un proprio sito/blog, e-mail e contatti utili per l'*instant messaging*, foto personale, ambito collezionistico, eventuali specializzazioni numismatiche, altri hobby).

⁹ Tratto da: <http://www.lamoneta.it/index.php?act=boardrules>

La “carta d’identità” digitale del *lamonetiano* non è però l’unico strumento attraverso cui reperire informazioni su un “cittadino” di Lamoneta.it. Al di là del nickname, dell’avatar, della firma e della pagina personale, ricca di dati sul profilo-utente, la costante circolazione di notizie sui membri della comunità è garantita dallo svolgimento di sondaggi tematici nella sezione “Agorà” del Forum. Si tratta di discussioni molto particolari in cui il promotore del topic invita tutti gli altri partecipanti a rispondere ad una specifica domanda, selezionando una delle opzioni disponibili e argomentando la propria scelta con un apposito post di commento. Progressivamente, i sondaggi diventano autentici depositi informativi con decine o addirittura centinaia di risposte a quesiti d’ogni tipo (*Siete mai stati truffati?; Che cosa collezionate? Quante monete avete? Qual è la vostra moneta preferita? Quanti anni avete? Siete iscritti ad altri Forum? Come avete conosciuto il sito di Lamoneta.it? Quanto ci costa la passione per la numismatica? Le monete e la coppia: che ne pensa la vostra metà? Lei-Tu: quale linguaggio fra i collezionisti?; Com’è nata la vostra passione? Per quale squadra di calcio fate il tifo? Quanti calabresi ci sono sul Forum?*)

E’ un’enorme quantità di “dati sensibili”, o meglio di tracce identitarie, che influenzano non solo il lento processo di sedimentazione del *cyberself*, ma anche gli eventuali e successivi incontri e rapporti off-line. I sondaggi permettono infatti ad ogni *lamonetiano* di scoprire le idee, i gusti, gli interessi e le passioni di altri componenti del gruppo, favorendo quindi la percezione di differenze e affinità e determinando così la formazione di legami comunitari in grado di trascendere le interazioni e le relazioni on-line. Ciò è possibile grazie ad un quasi totale superamento dell’anonimato, ritenuto non un’arma con cui proteggersi o mascherarsi ma un limite della comunicazione mediata da computer, superabile con la collaborazione di tutti gli utenti e la fiducia reciproca. Vanno dunque letti in quest’ottica i diversi tentativi di censire la “cittadinanza” del Forum, accolti benevolmente dai *lamonetiani* e caratterizzati da un’ampia partecipazione; basti pensare che oltre 200 utenti hanno accettato di compilare un apposito questionario e di fornire volontariamente i loro dati in occasione del primo vero “censimento” proposto da *Fabio81* a partire da gennaio 2006:

Dopo i vari topic sulla firma, sull’avatar, sul titolo di studio, ho visto che nessuno ha ancora postato il “censimento” che viene fatto su molti forum, ne ho fatto uno io, spero che vi piaccia. Bisogna compilare (basta fare copia e incolla nel post):

- ***Sezione generale***

NOME

NICK

ETA'

COMPOSIZIONE FAMIGLIA

ANIMALI DOMESTICI

ALTEZZA (facoltativa)

PESO (facoltativo)

COLORE DEGLI OCCHI

COLORE DEI CAPELLI

TITOLO DI STUDIO

PROFESSIONE

CIBO PREFERITO

BEVANDA PREFERITA

OCCHIALI/LENTI

TATUAGGI

STATO CIVILE

SPORT CHE PRATICHI O HAI PRATICATO

- ***Sezione numismatica***

DA QUANTI ANNI COLLEZIONI

MONETE/BANCONOTE POSSEDUTE

PEZZO A CUI SEI PIU LEGATO

QUANTO SPENDI MENSILMENTE PER LA COLLEZIONE

ALTRE COLLEZIONI

Le modalità con cui buona parte di queste informazioni vengono offerte non solo ai componenti della comunità ma di fatto anche ai frequentatori casuali ed esterni al sito (che hanno libero accesso in lettura al Forum di Lamoneta.it) non collimano affatto con l'ipotesi tipicamente postmodernista di utenti anonimi che ricorrono ad Internet e ai canali telematici per interagire senza vincoli interazionali, né frames relazionali. Al contrario, risulta evidente come sin dalla compilazione della propria "carta d'identità" digitale il nuovo membro operi costantemente un'attenta selezione di frammenti identitari, creandosi un'immagine pubblica da sottoporre alla ratifica dell'intera comunità. Inoltre, in molti profili personali, soprattutto

quelli appartenenti ai *lamonetiani* storici, ai componenti dello staff e ai collaboratori, non emerge alcuna volontà di celare l'identità reale, ma anzi appare chiara l'intenzione di fornire tutte le coordinate identitarie necessarie per sfruttare al meglio le potenzialità del web e quindi conoscersi, collaborare e incontrarsi anche off-line.

Se esiste dunque una modalità caratteristica dell'interazione in rete rispetto ai nomi e alle identità individuali, questa non è data certamente dall'anonimato ma piuttosto dallo pseudonimato. Lo pseudonimato comporta un processo di costruzione dell'identità e un suo riconoscimento sociale che perdurano nel tempo, ma sono anche mutevoli e continuamente in divenire, mai acquisiti definitivamente: si tratta di dinamiche che rispecchiano fedelmente le caratteristiche di un'identità abitante in un mondo non più definibile in termini semplicemente moderni. In ogni caso ogni pseudonimo racconta qualcosa di chi lo porta e, nel corso dell'esperienza, si carica di valore, di emozioni e trascina con sé una reputazione frutto delle interazioni passate [Paccagnella, 2000, 80-81].

3.3 Gerarchie e socialità

Lamoneta.it non è un forum libero in senso stretto. Chiunque può partecipare, ma si tratta comunque di un forum moderato: per ciascuna sezione del forum uno o più membri dello staff di Lamoneta.it (moderatori e amministratori) si occupano di fare in modo che vengano rispettati gli obiettivi e le regole del forum. Per questo esiste un Regolamento al quale chiunque si iscriva si impegna esplicitamente ad adeguarsi. E' bene ricordare che lo scopo del Regolamento non è solo di imporre delle norme di comportamento: serve anche a tutelare lo staff del forum, che investe gratuitamente il proprio tempo per garantire il servizio ed è responsabile di quanto viene scritto o pubblicato sullo stesso, da possibili conseguenze legali dovute a un cattivo comportamento degli utenti¹⁰.

Questo breve stralcio tratto dal "Decalogo del buon Lamonetiano" introduce un aspetto molto importante per quanto riguarda la struttura sociale e organizzativa del Forum, ovvero l'esistenza di gerarchie interne e di una leadership. Quest'ultima ha prevalentemente compiti di gestione e di controllo sui membri della comunità, ma ricopre un ruolo di fondamentale importanza anche per ciò che concerne la promozione e lo sviluppo di nuovi contenuti e di iniziative legate a vario titolo al mondo della numismatica.

¹⁰ Tratto da: http://www.lamonetapedia.it/index.php/Decalogo_del_buon_Lamonetiano

Lamoneta.it ha una *struttura organizzativa piramidale*, composta da utenti con diversi gradi di “potere” e di responsabilità nei confronti della comunità:

- **Lo staff.** E’ detentore sia del “potere legislativo” (stabilisce insidacabilmente le norme del regolamento e incentiva l’agire secondo un “senso civico” comune, promosso attraverso l’apposito decalogo e le FAQ) che del “potere giudiziario” (decide pene e sanzioni, come ad esempio la chiusura di un topic o il *banning* di un utente che ha adottato un comportamento non conforme al regolamento del Forum). I componenti dello staff tecnico di Lamoneta.it sono essenzialmente tre: *Reficul* (ideatore, creatore e amministratore unico del sito), *Centurioneamico* e *Incuso* (entrambi vice admin e moderatori globali). Il buon funzionamento del sito dipende quasi esclusivamente dal loro costante impegno e dalle loro capacità informatiche, ma a supportarli ci sono anche altri esperti come *Cesare* (sviluppatore del programma PNO per la catalogazione di monete) e *Ulisse* (una sorta di amministratore-ombra, chiamato a coadiuvare l’attività di *Reficul*). La posizione di vertice occupata dai membri dello staff non deve trarre in inganno: non si tratta infatti di un “triumvirato dispotico”, ma più semplicemente di un nucleo di massimi responsabili che guidano e sostengono l’intera comunità.
- **I moderatori.** Vengono nominati dallo staff e sono delegati alla gestione del “potere esecutivo” (svolgono una serie di compiti basilari: richiamare gli utenti al rispetto delle regole, segnalare gli abusi più gravi ai responsabili del sito, cancellare i post inopportuni o vietati, spostare tutti i topic inseriti in sezioni non pertinenti all’argomento trattato e dirimere eventuali controversie). Ne esistono due diversi gruppi: i *Moderatori semplici* (sono sedici e ognuno di loro gestisce fino a nove sezioni del Forum) e i *Super moderatori* (sono solo sei e controllano almeno una cinquantina di sezioni a testa). I moderatori non sono semplicemente le “forze dell’ordine” di Lamoneta.it, ma rappresentano un punto di riferimento per l’intera comunità, contribuendo attivamente ad alimentare il dibattito e dimostrandosi molto disponibili nei confronti degli utenti in difficoltà. Inoltre, alcuni di essi possono ricevere un incarico specifico da parte dello staff, come nel caso di *Rcamil* (portavoce ufficiale) e di *Danielealiberti* (organizzatore di manifestazioni e incontri fra *lamonetiani*).

- **Gli utenti.** I *lamonetiani* attualmente registrati sono più di 7000 e si dividono in: *Utenti premium* (quei frequentatori che hanno già inserito almeno 100 messaggi all'interno del Forum e che godono di piccoli privilegi, quali l'accesso a sezioni riservate e la possibilità di allegare files con un peso superiore ai 100 Kb); *Utenti* (tutti gli iscritti con meno di 100 post all'attivo e con alcune limitazioni per l'accesso a determinate sezioni e il peso massimo degli allegati); *Validating* (gruppo "fantasma", composto da oltre cento utenti che non hanno completato regolarmente la procedura di registrazione e rimangono in fase di validating). Ogni *lamonetiano* è classificato tramite un titolo nobiliare (cittadino, visconte, marchese, etc.) che fa riferimento al numero di post totali¹¹, ma che non indica in alcun modo una posizione di privilegio o di svantaggio rispetto all'effettiva gerarchia della comunità. Risulta perciò singolare il caso dell'utente *Lucio* che, rifiutando l'idea di vedersi assegnare un titolo nobiliare sempre più importante, ha chiesto e ottenuto un permesso speciale per poter restare un *cittadino*: *Non è molto che frequento attivamente questo Forum, però alla media di uno o due interventi al giorno sto osservando sgradevolmente (dal mio personalissimo punto di vista) modificarsi la definizione sotto il mio avatar. Sul regolamento non trovo proprio nessuna precisazione a riguardo. Voglio restare cittadino!*¹²

La popolazione *lamonetiana* dà vita a una comunità eterogenea e multiforme, composta da collezionisti con un'età variabile dai 10 ai 60 anni, appassionati di periodi storici e ambiti numismatici molto diversi tra loro (monete greche e romane, monete medioevali, monete del Regno d'Italia e della Repubblica, Euro, banconote, gettoni e medaglie), provenienti da ogni regione d'Italia e in parte anche dall'estero¹³. Ovviamente non tutti partecipano assiduamente alle discussioni del Forum e alle iniziative collaterali promosse da Lamoneta.it (Cataloghi, Manuali, Numisbay, Lamonetapedia, Raduni). Anzi, va sottolineato che la maggior parte degli utenti registrati non riesce, o comunque non aspira, ad integrarsi col gruppo dei più attivi ed esperti, preferendo intervenire saltuariamente o solo in caso di necessità, spesso facendo scemare il proprio apporto al dibattito e alla vita comunitaria fino ad un'irreversibile fase di quiescenza o di abbandono definitivo.

¹¹ 0-4 messaggi Aspirante cittadino; 5-9 Nuovo cittadino; 10-29 Cittadino; 30-49 Cittadino influente; 50-99 Cittadino importante; 100-149 Nobile; 150-199 Nobile influente; 200-299 Nobile importante; 300-399 Barone; 400-499 Barone influente; 500-699 Barone importante; 700-799 Visconte; 800-899 Visconte influente; 900-999 Visconte importante; 1000-2000 Conte; 2000-5000 Marchese; oltre i 5000 Duca.

¹² Tratto da: <http://www.lamoneta.it/index.php?showtopic=2589&st=0>

¹³ <http://www.lamoneta.it/index.php?s=73e8ea70d6b78ba2bfbf9624dfb777ac&act=membermap>

Dall'ultimo rilevamento, effettuato prima della stesura di questo capitolo, risulta che 3500 utenti, vale a dire più della metà degli iscritti, non hanno mai inserito un loro messaggio sul Forum; mentre i 100 *lamonetiani* più prolifici di sempre hanno prodotto 155466 post sui 264119 totali. In altre parole, i primi 100 membri della comunità hanno elaborato quasi il 60% dei messaggi presenti sul Forum, a testimonianza di come solo un numero ristretto di *cittadini* (appena l'1,6% degli utenti registrati a Lamoneta.it) contribuisca effettivamente alla crescita quantitativa e qualitativa del sito. Ma questo dato può bastare a dimostrare l'esistenza di un monopolio intellettuale da parte di una minoranza?

In realtà, all'interno di Lamoneta.it non esiste un soggetto o un gruppo che detti la linea editoriale del sito, imponendo gli argomenti da discutere e le idee da sviluppare. Tutti gli utenti sono messi sullo stesso piano e anche i nuovi iscritti hanno la possibilità di introdurre temi mai dibattuti prima e proporre progetti innovativi.

Naturalmente è presente una cabina di regia per il coordinamento della comunità e del Forum, ma non si tratta di un organo centralizzato con una struttura ben definita e uno stile autoritario, bensì di una *leadership allargata*, composta dagli amministratori, dai moderatori e da un gruppo di *lamonetiani* storici, particolarmente esperti di numismatica. Sono proprio questi "membri speciali" ad inserire la maggior parte dei post e a collaborare in maniera decisiva alla realizzazione delle iniziative più interessanti. Tuttavia non si può ipotizzare il dominio di pochi su una vasta maggioranza passiva, poiché l'atteggiamento della *leadership allargata* va esattamente nella direzione opposta, favorendo l'integrazione dei *newbies* e incentivando la divulgazione numismatica.

Come si configura quindi il *sistema sociale* di Lamoneta.it? Al di là dell'organizzazione piramidale che caratterizza la suddivisione dei compiti e dei poteri, la gerarchia sociale della comunità si snoda orizzontalmente, influenzando lo status e il ruolo di ciascun utente in funzione di precise variabili quali il grado di partecipazione (numero di messaggi, titolo nobiliare, contributo ai progetti del sito, eventuale sostegno economico), la stima degli altri (riconoscimenti pubblici da parte di altri *lamonetiani* e una buona reputazione attestata dai feedback di ringraziamento), la competenza numismatica e il pieno rispetto delle regole del Forum. Questo significa che non è necessario, o meglio non basta, appartenere alla *leadership allargata* per godere di grande fama, ammirazione e credibilità. La posizione gerarchica di un individuo dipende infatti non solo dallo status sociale acquisito nel tempo, ma anche dalla capacità di legittimare la propria partecipazione alla vita del gruppo con costante impegno, dedizione e disponibilità verso gli altri.

E' bene precisare che il *sistema gerarchico orizzontale* non sottintende l'equalizzazione sociale e l'annullamento delle caratteristiche socioculturali dei soggetti, ma al contrario libertà d'accesso, di interrelazione e di cooperazione fra utenti con identità e bagagli culturali diversi. Uno scenario solo apparentemente in contraddizione con la bassa percentuale di *lamonetiani* estremamente attivi e interpretabile, per alcuni aspetti, attraverso l'ipotesi schütziana sulla distribuzione sociale della conoscenza, ovvero supponendo la coesistenza di utenti-tipo con specifiche attitudini, competenze, abitudini e opinioni: l'*esperto*, lo *pseudolamonetiano* e il *lamonetiano ben informato*.

Nel celebre saggio di Alfred Schütz i tipi ideali sono descritti come tre diversi modelli di gestione del sapere e di orientamento all'azione:

- *La conoscenza dell'esperto è ristretta a un campo limitato ma in esso è chiara e distinta. Le sue opinioni si basano su asserzioni verificate; i suoi giudizi non sono mere congetture o vaghe supposizioni.*
- *L'uomo della strada ha una conoscenza pratica in molti campi che non sono necessariamente coerenti l'uno con l'altro. La sua è una conoscenza di ricette che gli indicano come raggiungere in situazioni tipiche risultati tipici attraverso mezzi tipici [...] In tutte le questioni non relative a questi fini pratici di interesse immediato l'uomo della strada accetta come guide i suoi sentimenti e le sue passioni.*
- *Il cittadino ben informato sta tra il tipo ideale dell'esperto e quello dell'uomo della strada. Da un lato egli non è, né ambisce di essere, in possesso della conoscenza dell'esperto; dall'altro non si accontenta della mera conoscenza per ricette o dell'irrazionalità delle sue passioni e dei suoi sentimenti non chiariti [Schütz, 1979, 406].*

Volendo realizzare un parallelismo, i tre utenti-tipo presenti all'interno di Lamoneta.it possono essere definiti come i rappresentanti di tre diverse categorie di frequentatori. L'uso del sito varia infatti da un *lamonetiano* all'altro e cambia naturalmente anche il sentimento comunitario nei confronti del gruppo. Un utente può partecipare raramente alle discussioni del Forum, ma essere considerato dagli altri parte integrante della comunità. E allo stesso tempo può esserci chi gode di buona visibilità, grazie ad un alto numero di post inseriti, ma non viene ritenuto essenziale o particolarmente utile alla comunità. Seguendo dunque lo schema schütziano si possono distinguere:

- **L'esperto.** E' un utente che ha un'ottima conoscenza del campo numismatico e del collezionismo (sapere esogeno). Generalmente, non assume atteggiamenti da saccante nei confronti degli inesperti o dei nuovi arrivati, offrendo di buon grado le nozioni e le informazioni che gli sono richieste. I post degli *esperti* sono frutto di attente riflessioni e fanno spesso riferimento a lunghi anni di studi personali, quindi godono di grande attendibilità e autorevolezza. La cultura dei *lamonetiani* appartenenti a tale categoria non si limita ovviamente alla solo numismatica, ma comprende la storia, l'economia, l'arte e l'archeologia. Inoltre, l'*esperto* può mostrare buone capacità di scrittura (caratteristica che lo rende particolarmente prolifico nell'inserimento di messaggi sul Forum) e una certa familiarità con le tecnologie informatiche (in questo caso collabora volontariamente ai progetti promossi da Lamoneta.it). Accanto a tale sapere esogeno, gli *esperti* maturano un fondamentale sapere endogeno (conoscono perfettamente le regole, la storia e le tradizioni del sito); tuttavia non godono di una posizione privilegiata rispetto agli altri *lamonetiani*. Col passare del tempo entrano a far parte della *leadership allargata* o possono assumere un ruolo specifico (es. moderatore di una sezione tematica) nella *struttura organizzativa* del sito.
- **Lo pseudolamonetiano.** E' un utente registrato a Lamoneta.it per caso o per necessità. Di solito, il suo primo approccio col sito avviene durante la ricerca di informazioni su una moneta. Non è raro infatti che molti *pseudolamonetiani* esordiscano sul Forum con una richiesta d'aiuto a carattere numismatico. Non si tratta però di utenti inesperti, ma di individui che molto spesso non hanno alcun interesse per il collezionismo e le monete (le domande più ricorrenti riguardano il valore economico dei pezzi posseduti o ritrovati). Il loro uso di Lamoneta.it è di tipo strumentale: risolto un problema o uno specifico bisogno informativo, abbandonano definitivamente la comunità o tornano a farsi vivi solo in caso di necessità. Lo *pseudolamonetiano* dimostra uno scarso sapere esogeno (non ha una cultura storico-numismatica) e un inadeguato sapere endogeno (partecipa ad intermittenza, conosce poco il funzionamento e le regole del Forum, apre nuovi topic all'interno di sezioni inadatte e proponendo argomenti già discussi, diventa veicolo di spam linkando siti commerciali). Non tutti gli *pseudolamonetiani* si confermano tali: alcuni possono appassionarsi alla numismatica, cambiando progressivamente atteggiamento nei confronti del sito e degli altri utenti.

- **Il lamonetiano ben informato.** E' un utente-tipo che si colloca a metà strada fra l'*esperto* e lo *pseudolamonetiano*. La sua partecipazione al Forum e ai progetti del sito è costante e costruttiva. Non possiede le conoscenze numismatiche (sapere esogeno) dell'*esperto*, ma è un lettore attento che aspira ad apprendere nuove nozioni dalla frequentazione attiva di Lamoneta.it. Segue praticamente tutti i dibattiti e si appassiona ad argomenti non necessariamente riconducibili al proprio ambito collezionistico. I *lamonetiani ben informati* non sfruttano la comunità solo per saziare le loro curiosità, ma cercano di diventarne parte integrante, contribuendo ad incrementare il dibattito e a favorire lo scambio di informazioni. Sono quindi una risorsa essenziale nell'economia di Lamoneta.it e impediscono che il Forum si trasformi in uno spazio eccessivamente chiuso e specialistico, frequentato solo ed esclusivamente da *esperti*. Nel *sistema sociale orizzontale* che caratterizza la gerarchia interna della comunità, la posizione di questa categoria di utenti è simmetrica al gruppo degli *esperti* e all'insieme degli *pseudolamonetiani*. A distinguerli è, ancora una volta, il sapere endogeno. Le conoscenze relative alla comunità (regole, storia, standard comunicativi, senso civico) differiscono da quelle possedute dal "saggio del villaggio" (l'*esperto*) e da quelle del "viandante" (lo *pseudolamonetiano*). Il *lamonetiano ben informato* sa districarsi fra le varie sezioni del Forum, rispetta il regolamento, inserisce i propri post con cognizione di causa, accetta le decisioni dei moderatori senza creare malumori o inutili polemiche, supporta la *leadership allargata*, è molto propositivo e si impegna (anche economicamente, attraverso apposite donazioni annuali) per il bene della comunità.

Questi tre utenti-tipo, così come i diversi modelli di conoscenza delineati da Schütz, non vanno considerati come il frutto di una rigida classificazione. Esistono infatti identità sociali intermedie, sovrapposizioni e mutamenti che determinano la figura dell'individuo-utente. E' evidente che negli ambienti telematici, lo status degli individui non scompare, ma venga riarticolato. Ogni utente assume quindi un'inedita posizione sociale relativa allo specifico contesto digitale in cui si trova a comunicare, agire e interagire. Ed è proprio in base a questo riposizionamento on-line che un *lamonetiano* assume la propria collocazione rispetto a tutti gli altri componenti del gruppo. Non si tratta però di uno status definito e definitivo, ma di una dimensione sociale fluida e in continua evoluzione.

3.4 Linguaggio e standard comunicativi

Con i nuovi media la scrittura è tornata, in modo del tutto inaspettato, al centro della comunicazione di massa. Per raggiungere questo scopo, prima si è spogliata della sua materialità facendosi digitale, poi ha insidiato i domini tradizionali dell'oralità, trasportando l'informazione in tempi vicini a quelli del parlato. [...] L'idea della permanenza, del carattere chiuso e definitivo del testo, già messa in crisi dalla videoscrittura, si infrange dinanzi a forme d'interazione che hanno un feed-back assimilabile a quello del dialogo faccia a faccia. Più che di rinascita o rivitalizzazione della scrittura, sarebbe corretto parlare di una vera rivoluzione iniziata con l'avvento del word processor e proseguita con la telematica [Pistolessi, 2004, 10].

Con l'invenzione della stampa a caratteri mobili (tecnica sperimentata per la prima volta dal tedesco Johann Gutenberg nel 1450) le parole si materializzano e diventano oggetti che di fatto preesistono al testo scritto: pezzi di legno o di metallo usati per imprimere l'inchiostro sui fogli di carta, riproducendo ogni singola lettera dell'alfabeto. La videoscrittura trasforma i caratteri tipografici in bit, in impulsi di elettricità, smaterializzando nello stesso tempo il testo e il supporto cartaceo. Tutto si riduce ad uno schermo, ad una virtuale pagina bianca, in cui le parole appaiono e scompaiono in un flusso continuo. La videoscrittura cambia così il rapporto tra scrivente e testo, annullando la linearità tipica della scrittura pre-digitale e unificandone le fasi di ideazione, elaborazione e revisione.

I primi due momenti della scrittura, ideazione ed elaborazione, tendono sempre di più a coincidere: non si pensa una frase prima di scriverla, ma la si pensa mentre si scrive. Questo perché inconsciamente non si ha la preoccupazione di commettere degli errori di cui possa restare traccia, come succede con i fogli manoscritti o con i documenti dattiloscritti. Ma c'è di più: la videoscrittura consente di effettuare aggiustamenti e correzioni, senza alcuno spreco di risorse (inchiostro e carta), semplicemente sfruttando il mouse e la tastiera del computer. In quest'ottica, anche la terza fase del processo di scrittura assume una nuova funzione e un significato diverso: nella revisione del testo non ci si limita a correggere gli errori ortografici (molti software per la videoscrittura lo fanno già automaticamente), ma si procede ad una riorganizzazione del testo, riscrivendo alcune righe, sostituendo dei vocaboli, cancellando delle frasi e riordinando la struttura di interi periodi. La scrittura digitale appare dunque più versatile rispetto alle forme tradizionali di elaborazione dei testi e subisce infatti una costante contaminazione da parte di elementi riconducibili al dominio dell'oralità, avvicinandosi così al registro colloquiale e ai modelli del parlato.

Un impulso ai cambiamenti epocali innescati dall'avvento della videoscrittura scaturisce indubbiamente dallo sviluppo della telematica e dall'uso sociale delle reti informatiche. Con la nascita di Internet e il moltiplicarsi degli ambienti virtuali in cui incontrarsi, comunicare e creare nuove relazioni con individui sconosciuti, la scrittura assume un ruolo chiave per poter agire e interagire on-line. Tutte le prime forme di CMC (e-mail, chat, newsgroup, forum) sono infatti *text based only* (basate su solo testo) e richiedono l'adattamento del codice testuale ad un contesto digitale. In altre parole, la scrittura è chiamata ad emulare l'atto linguistico e a colmare il deficit informativo (si pensi all'importanza che la comunicazione non-verbale ha in un dialogo faccia-a-faccia o alla centralità della voce e delle sue modulazioni durante una conversazione telefonica) causato dall'utilizzo del solo canale grafico-visivo.

Riprendendo le considerazioni di carattere sociolinguistico elaborate da Elena Pistolesi a proposito del sistema sincrono *Internet Relay Chat*, ma ampiamente estendibili ai più diffusi sistemi di comunicazione asincroni (forum, newsgroup e bacheche elettroniche), *la scrittura insiste proprio su ciò che si perde nel passaggio dal codice orale a quello scritto, ha come modello la voce e, là dove essa non si può riprodurre, ricorre ad una serie di espedienti codificati per reintrodurre nel testo la fisicità dell'atto linguistico. L'imitazione del parlato si realizza a livelli diversi, in parte forzando il codice in direzione della voce, in parte sfruttando le opportunità offerte proprio dal mezzo. [...] gli emoticons sostituiscono i segni paralinguistici, mantenendo con essi un'analogia iconica; gli allografi connotativi o le firme molto elaborate di alcuni utenti surrogano i tratti indicali; la sintassi, con lo spezzamento dei turni e l'uso dei punti di sospensione, riproduce l'intonazione e le pause del parlato, mentre le lettere maiuscole, oltre a mimare il grido, possono sottolineare il focus di una frase* [Pistolesi, 2004, 98].

Ma cosa succede alla scrittura e al linguaggio all'interno di una comunità on-line stabile nel tempo e gerarchicamente organizzata? Le forme comunicative adoperate abitualmente da un gruppo di individui, che condividono una porzione di Cyberspazio, che rispettano le stesse norme e che si rifanno ad un preciso sistema valoriale, tendono a cristallizzarsi e ad affermarsi come standard comunicativi, vere e proprie convenzioni linguistiche conosciute e utilizzate dai membri di una comunità. *I partecipanti ad una virtual community devono condividere lo stesso codice linguistico. Potere capire, sapere ascoltare e conoscere abbastanza vocaboli per esprimere ciò che si vuole dire è di fondamentale importanza, in un ambiente in cui è ancora tecnicamente molto difficile esprimersi a gesti ed attraverso immagini. Condividere lo stesso codice è infatti sia un patto implicito stabilito, sia una norma con la quale si vengono*

ad elaborare i modi ammissibili di confezionare i messaggi, affinché possano essere recepiti con successo dal ricevente [Torrini, 2004, 19].

Il *way of speaking* dei *lamonetiani*, o meglio il loro modo di scrivere sul Forum, indica chiaramente che all'interno di Lamoneta.it si è sviluppata una nuova *lingua* con caratteristiche peculiari e specifiche modalità d'uso. Esistono dunque alcune frasi, parole e modi di dire che progressivamente diventano familiari per gli *insider* (utenti integrati nella comunità), ma che appaiono incomprensibili agli *outsider* (utenti poco attivi o visitatori casuali). Osservare la sintassi dei post e l'utilizzo dei *termini-spia*, ovvero di quelle parole che hanno assunto un significato particolare e che vengono impiegate in circostanze ben precise, è un metodo efficace per capire se l'utente è un *esperto*, uno *pseudolamonetiano* o un *lamonetiano ben informato*. La competenza linguistica rientra infatti in quel bagaglio di sapere endogeno che distingue i tre diversi utenti-tipo, collocandoli lungo un continuum compreso tra una perfetta conoscenza degli standard comunicativi adottati dal gruppo e una scarsa padronanza delle più elementari chiavi d'accesso linguistiche alla comunità.

L'aspetto di maggiore rilevanza della *lingua lamonetiana* riguarda certamente il lessico: un microcosmo linguistico formato da vocaboli numismatici, tecnicismi informatici, acronimi, *forestierismi*¹⁴, citazioni letterarie e termini riconducibili al mondo dell'arte, dell'economia, della storia e dell'archeologia. Si tratta, per certi versi, di un linguaggio gergale¹⁵. *E' infatti (socio)linguisticamente definibile come gergo una varietà di lingua che è marcata al tempo stesso in diafasia (in quanto è impiegata solo in determinate situazioni) e in diastratia (in quanto si forma all'interno di un certo gruppo sociale, e ne diventa contrassegno tipico); caratterizzata da un lessico proprio, formato attraverso meccanismi morfologici e semantici diversi ma ricorrenti e spesso difficilmente decodificabile da non appartenenti al gruppo; che non ha strutture grammaticali sue proprie, ma è sempre "ospitata" all'interno di un'altra lingua* [Berruto, 2005, 114].

Il lessico osservabile sul sito di Lamoneta.it appare piuttosto variegato e multiforme, in virtù della grande varietà di individui che postano abitualmente sul Forum; tuttavia è possibile ricostruire il gergo dei *lamonetiani*, schematizzando le principali componenti linguistiche che ne caratterizzano la formazione:

¹⁴ Con *forestierismo* si indica una parola, una frase o una costruzione linguistica importata da un'altra lingua.

¹⁵ Dal punto di vista linguistico un gergo è definito una formazione parassitaria, in quanto sistema dipendente dalla lingua (o dialetto) comune della quale stravolge il lessico (formalmente e semanticamente) senza intaccare la fonologia e la morfosintassi.

- *Linguaggio specialistico della numismatica.* Questa componente racchiude tutti quei termini relativi alle monete, al loro stato di conservazione, al grado di rarità, alle tecniche di coniazione, ai metalli utilizzati, alla tipologia e alle dimensioni del tondello e al valore storico-artistico dei pezzi da collezione. Ecco un esempio tratto dalla sezione dedicata alle monete greche: *Ho acquistato in un mercatino un bronzetto di Siracusa, grossomodo un MB come conservazione. La moneta pesa 5,5 grammi e ha un diametro di 2 cm. Al dritto c'è la testa di Persefone, con un simboletto dietro la nuca, che non si riesce a identificare bene, al rovescio un toro cozzante, sovrastato da un delfino e in esergo, sotto una linea quello che dovrebbe essere un altro delfino... inizialmente ero convinto fosse un tonno.* In questo post dell'utente *Nightfly* si possono notare diversi elementi di difficile interpretazione senza una buona cultura numismatica: “bronzetto” sta per “piccola moneta in bronzo”; “MB” (“Molto Bella”) è una sigla tipicamente utilizzata per indicare una moneta in buone condizioni; il “dritto” è la faccia principale della moneta e nel caso specifico ospita l'effigie della dea Persefone, mentre il “rovescio” è il lato opposto, in cui è raffigurato un toro nell'atto di incornare; “esergo” è un piccolo spazio della moneta destinato ad ospitare una data, un motto o il nome della zecca, sostituiti in questo caso dall'incisione di un secondo delfino sotto la linea dell'esergo stesso.
- *Linguaggio della webnumismatica.* Si tratta di una particolare categoria di frasi derivanti dall'intreccio fra la numismatica e le tecnologie informatiche. Come si è sottolineato nel secondo capitolo, sin dalla prima metà degli anni '90 nascono moltissimi siti tematici dedicati allo studio e al collezionismo di monete; ciò ha favorito un progressivo mescolamento fra termini telematici e numismatici, di cui si trova ampio riscontro anche sul Forum di Lamoneta.it. Alcune espressioni sono diventate talmente familiari da aver sostituito quasi completamente parole e locuzioni di uso comune: “vi posto un link interessante”; “allego l'immagine in formato jpg”; “chi vuole scambiare Euro può mandarmi un MP”; “Stiamo andando Off Topic”; “Date un'occhiata a questo sito”; “Ho inviato una mail alla zecca”; “Ho scaricato questo e-book sulla monetazione medioevale”; “Esiste un software per catalogare le monete romane?”; “La trovi su Ebay a prezzi assurdi”; “Stasera tutti in Chat!”; “Ci becchiamo online”.

- *Linguaggio storico-economico.* La maggior parte delle componenti lessicali non mutuata dal linguaggio specialistico della numismatica derivano principalmente dall'ambito storico ed economico. *Oltre ai dinari della liberazione diverse furono le organizzazioni che emisero cartamoneta per autofinanziarsi e poter reperire i viveri e i materiali necessari per condurre la lotta di liberazione del paese. Tra le emissioni più diffuse quelle del "GOSPODARSKO FINANCNI ODBOR OSVOBODILNE FRONTE" (Comitato Economico-Finanziario Fronte di Liberazione Sloveno), in realtà dei prestiti all'interesse del 5%, al cambio di 38 lire per 100 dinari, per un importo complessivo di 100 milioni di dinari. I biglietti portano l'indicazione del valore in lire (Lit) e la promessa di rimborso entro tre mesi dalla liberazione del popolo.* Come si può notare da questo post dell'utente *Petronius Arbiter*, spesso i rimandi al contesto storico-economico di una moneta richiedono la conoscenza di nozioni ed aspetti extra-numismatici e l'utilizzo di un ampio bagaglio lessicale, composto da termini caratteristici che progressivamente entrano a far parte del vocabolario della comunità.
- *Linguaggio artistico-letterario.* Al pari della componente lessicale derivante dai linguaggi specialistici della storia e dell'economia, il campo artistico-letterario tende ad influire sul *gergo lamonetiano*, arricchendolo di espressioni e vocaboli. Emergono, ad esempio, diverse citazioni di testi, autori e studi di archeologia, alle quali si accompagnano considerazioni prettamente culturali che evidenziano il ricorso costante alla terminologia propria del mondo artistico-letterario. Ecco un commento emblematico dell'utente *Fontus*, tratto da una discussione sull'uso propagandistico delle monete da parte dell'imperatore Ottaviano Augusto: *Devo dire che non sono della stessa opinione dello studioso. Propendo assai più per la tesi, alla quale in parte si rifà il Belloni, che vuole la moneta, sino al suo inserimento negli iura regalia, come un "monumentum", una manifestazione celebrativa (come un affresco, o una statua), più che un mezzo di propaganda politica. Del resto non è neanche provato che i messaggi "subliminali" presenti nelle monete fossero percepiti dalla popolazione, né che la loro diffusione fosse tale, in un'epoca di circolazione monetaria rallentata, da influenzare il giudizio della classe politica o economicamente più rilevante.*

Studiare da un punto di vista sociolinguistico una realtà complessa e multiforme quale Lamoneta.it richiederebbe naturalmente un'analisi specifica e approfondita, che il presente lavoro non può garantire. E' quindi opportuno soffermarsi soltanto su alcuni aspetti cruciali, in modo da evidenziare quei fenomeni prettamente linguistici che hanno una ricaduta diretta sulla socialità della comunità. In particolare, meritano un attento esame tre fenomeni lessicali piuttosto ricorrenti all'interno del Forum, che sembrano dimostrare come l'appartenenza o l'estraneità ad un gruppo possa essere testimoniata anche dal corretto utilizzo di determinate formule e convenzioni linguistiche:

- Il primo caso riguarda i due nomignoli con cui gli utenti di Lamoneta.it fanno riferimento ad Ebay. Il più grande e famoso sito d'aste al mondo rappresenta per i *lamonetiani* non solo un punto di riferimento per gli acquisti on-line, ma anche una fonte inesauribile di informazioni, notizie, immagini e spunti di riflessione. La sezione numismatica di Ebay costituisce quindi una finestra sempre aperta sul mondo del collezionismo, che non può essere ignorata, né sottovalutata. Ed è per questo motivo che moltissime discussioni sul Forum nascono e si sviluppano attorno ad argomenti suggeriti dalla visione di particolari monete e banconote in vendita sul sito d'aste. Il nome Ebay circola però raramente fra i numerosi topic del Forum, sostituito da definizioni alternative ormai consolidate quali “Baia”, con chiaro riferimento alla traduzione italiana di e-bay, ovvero “baia virtuale”, e “Noto sito”, come a voler sottolineare la fama delle aste numismatiche sul web, ma evitando di pubblicizzare Ebay. Non è casuale imbattersi in messaggi come questi: *In effetti il primo acquisto è stato positivo e quindi sono ottimista anche se credevo che su questo mercatino ci fossero persone più corrette che non sulla baia, dove peraltro non ho mai avuto problemi; Il 10 euro “Scuola dell'arte della medaglia” comincia a vedersi nei mercatini, chi la mette a 70 chi 80 euro, sulla baia il prezzo è sui 65/70 euro; Sulla baia non ci sono e comprarle dalle singole banche centrali significherebbe pagare diverse volte le spese di spedizione; Ultimamente le serie vaticane e sammarinesi sulla baia si trovano a prezzi molto abbordabili; Non dovrebbe essere permesso dalla baia che certe patacche finiscano nella sezione monete e banconote.* Ma ancora più frequente e diffuso risulta l'uso dell'altro appellativo, che spesso assume anche una valenza dispregiativa, finendo con l'essere utilizzato quasi esclusivamente in discussioni relative a truffe, *ebayer* disonesti, prezzi gonfiati, monete false e altri problemi

di varia natura: *Ma vi rendete conto a che livelli stiamo arrivando sul noto sito?!; Ciao ho dei problemi a collegarmi con il noto sito, dipende da me o anche voi avete riscontrato questo problema?; C'è un venditore spagnolo sul noto sito che propone molte monete spesso rare o non comuni, sicuramente è uno dei migliori venditori della rete; Non si tratta di stress, anche io faccio ogni tanto qualche acquisto sul noto sito, quindi ho fatto qualche ricerca e purtroppo "i furbetti del quartierino" ci sono, c'è poco da fare!; Come faccio a contattare il noto sito per un reclamo?; Ho letto i vostri post finora, ma io devo dire che per quanto mi riguarda, sul "noto sito", come viene definito da queste parti, ho incontrato nel 99,9% dei casi brave persone, in larga parte piccoli o medi collezionisti. Anche la scelta fra "Ebay", "Baia" e "Noto sito" indica qualcosa sull'identità e la posizione sociale del *lamonetiano*. E' improbabile infatti che un nuovo arrivato si riferisca ad Ebay, definendolo "Noto sito"; allo stesso tempo i membri storici della comunità e i componenti della *leadership allargata* ricorrono difficilmente al nome del sito, usando generalmente uno dei due nomignoli e rappresentando così un modello sociolinguistico per gli altri utenti.*

- Il secondo fenomeno linguistico accomuna Lamoneta.it alla maggior parte delle comunità on-line in lingua italiana. E' uno degli innumerevoli *calchi semantici*¹⁶ derivanti dall'italianizzazione e dal riadattamento di termini stranieri, soprattutto inglesi. Nel caso specifico, si tratta del verbo "to quote", che può essere tradotto con "citare" e che viene abitualmente declinato nella forma "quotare". *Il quoting è una forma specifica di intertestualità, è una tecnica argomentativa specifica dell'e-mail che consente di includere il punto di vista dell'interlocutore come elemento strutturante della propria replica. La ripresa del discorso altrui può assumere varie forme, dalla sintesi-parafrasi al rinvio anaforico, ma nelle comunità on-line quella più diffusa è appunto la citazione diretta. Nei gruppi di discussione, dove ogni giorno giungono centinaia di messaggi, sarebbe difficile orientarsi senza il supporto mnemonico della citazione che, oltre a isolare gli argomenti sensibili, permette di ricostruire a partire da un solo messaggio l'evolversi del dibattito e di individuarne l'oggetto specifico, specie quando un*

¹⁶ Il calco semantico è un fenomeno d'interferenza linguistica, consistente nell'introduzione o nell'ampliamento del significato di una parola o di una locuzione di una lingua, secondo il modello corrispondente di un'altra: esso comporta un mutamento della funzione semantica di una unità preesistente con conseguente ristrutturazione della semantica di una unità della lingua replica.

tema si articola in filoni diversi [Pistolesi, 2004, 134]. Il verbo “quotare”, che in italiano significa valutare, stabilire il prezzo di qualcosa, assegnare a ciascuno la quota che deve pagare per partecipare a una contribuzione collettiva¹⁷, subisce uno slittamento di significato all’interno delle comunità on-line, assumendo due accezioni inedite: “citare” e “concordare”. Un *lamonetiano* esprime accordo con le frasi e le idee di un altro utente, ricorrendo alla formula “quoto + nickname”: *Quoto in pieno Piergi00; Quoto tutto al 100%, mi sembra un’ottima idea; Quoto l’ottimo Paleologo; Quoto in toto! scusami “Toto”, ma hai proprio ragione; Quoto alla grande Max; Per non ripetermi con le parole di Carletto, lo quoto; Quoto quanto detto sopra da “quattrino”; Mi permetto di quotare Maffeo; Fondamentalmente quoto; Non posso che quotare quello che hanno detto gli altri amici*. Indubbiamente, non si può parlare di una convenzione comunicativa esclusivamente riconducibile al Forum di Lamoneta.it, ma l’utilizzo ricorrente del *quoting* e il consolidamento del *calco semantico* rappresentano due aspetti di grande rilevanza a livello sociolinguistico, accreditando l’ipotesi che un gruppo di individui socialmente definito possa isolare alcuni termini e modi di dire della lingua madre, fino a trasformarli in forme gergali dotate di un significato o di un significante diverso dal senso comune.

- La terza forma lessicale, usata in modo pervasivo all’interno del Forum, riguarda la definizione delle monete false, delle riproduzioni e dei gettoni privi di valore numismatico, spacciati per coniazioni ufficiali. Il termine comunemente adottato dai *lamonetiani* per fare riferimento a questa particolare tipologia di *non-monete* è “patacca”. Si tratta della denominazione utilizzata tra il XIV e il XVII secolo per indicare alcune monete d’argento di grosso modulo¹⁸ coniate all’estero, che nel tempo ha assunto un significato ben diverso, tanto da diventare sinonimo di *grossa moneta di scarso valore o altro oggetto falso venduto come originale*¹⁹. Gli utenti di Lamoneta.it hanno riciclato la parola “patacca”, inserendola in una tipica espressione che circola da anni fra le diverse sezioni del Forum, ovvero “Euro patacche”. Con questa singolare definizione ci si riferisce ad una serie di “Euro Pattern”, cioè alcuni gettoni conati da aziende specializzate al solo scopo

¹⁷ <http://www.demauiroparavia.it/89812>

¹⁸ Il modulo è il diametro di una moneta.

¹⁹ <http://www.demauiroparavia.it/80163>

di creare e commercializzare dei prototipi di monete in Euro dedicati ai Paesi non ancora aderenti alla moneta unica (Croazia, Norvegia, Svezia, Russia, ecc.). A partire dal 2002, il mercato delle aste on-line è stato letteralmente invaso da queste coniazioni non ufficiali, prive del benché minimo valore numismatico; tutto ciò ha generato molta confusione fra i collezionisti meno esperti, favorendo un'autentica speculazione commerciale, denunciata apertamente dai *lamonetiani* attraverso numerosi topic sull'argomento. E' nell'ambito di tali dibattiti che le "Euro Prove" sono state ribattezzate "Euro Patacche", cioè *pseudomonete* senza alcuna attinenza col mondo della numismatica: *Non sono Euro ufficiali, sono le solite Euro-patacche di prova; Gli euro prova, le patacche le pseudo medaglie, purtroppo infestano le aste e internet, molti ci cascano; Pensavo che oramai tutti si fossero accorti della fregatura di queste Euro patacche, ma mi accorgo con rammarico che ancora non si è fatta sufficiente propaganda in merito; In questo periodo i collezionisti di europatacche hanno solo l'imbarazzo della scelta; Io continuo ad essere della mia idea, che queste emissioni sono da considerarsi alla stregua delle euro patacche; Combattiamo le euro patacche!!! Non sono vere monete e non meritano secondo me di essere nominate su questo meraviglioso forum; Le euro patacche russe e siberiane le ho viste pure io.*

Accanto ad una necessaria padronanza del *gergo lamonetiano*, i membri della comunità di Lamoneta.it curano con particolare attenzione l'utilizzo dei segnali metalinguistici, in modo da sfruttare al massimo le potenzialità della comunicazione *schermo-a-schermo* e nel tentativo di colmare quei limiti (assenza di sguardi, gesti, espressioni facciali e tono della voce) dovuti all'incorporeità delle interazioni on-line. Gli espedienti grafici più comuni sono le *emoticons* (o *faccine*), in grado di riprodurre, per mezzo di piccole ma significative icone, emozioni e sentimenti di diversa natura (rabbia, felicità, imbarazzo, vergogna, noia, stizza, ironia, amore). L'origine delle *emoticons* va ricercata probabilmente nella proposta visionaria dello scrittore americano Ambrose Bierce, che nel 1912 ideò un nuovo sistema di punteggiatura, denominato "snigger point" (punto sghignazzante), in cui una faccia sorridente rappresentata dal simbolo "_/"²⁰ indicava divertimento²⁰. Ma l'introduzione delle *faccine* nella CMC si deve senz'altro a Scott Fahlman, un professore della "Carnegie Mellon University" che nel settembre del 1982

²⁰ L'articolo di riferimento del "New York Times" è reperibile all'indirizzo:
http://www.nytimes.com/2007/07/29/fashion/29emoticon.html?pagewanted=2&_r=1

proposte di utilizzare sulla bacheca elettronica del proprio ateneo²¹ alcuni segni convenzionali che aiutassero gli utenti a distinguere le discussioni serie da quelle facete:

I propose that the following character sequence for joke markers:

:~)

Read it sideways. Actually, it is probably more economical to mark things that are NOT jokes, given current trends. For this, use:

:~(

Fahlman suggerì quindi l'uso di due semplici indicatori in grado di segnalare al lettore la tipologia dei post, riducendo al minimo i fraintendimenti dovuti all'errata interpretazione di una notizia scherzosa o di un dibattito serio e professionale. La soluzione ideata da Fahlman venne presto adottata in numerosi ambienti virtuali, fino a diventare lo standard comunicativo che oggi affianca la parola scritta negli scambi telematici. Naturalmente, le *emoticons* hanno subito una notevole evoluzione dal 1982, trasformandosi da semplici simboli grafici, ottenuti mescolando segni della punteggiatura e combinazioni alfanumeriche, in immagini sempre più complesse e variegate, diffuse ormai in ogni angolo del web.

In genere, ogni *cyberluogo* interattivo ha un proprio set di *faccine*, composto da *smiley* con forme, colori e simbologie differenti, attraverso cui ciascun navigatore può personalizzare il proprio modo di scrivere on-line, avvicinandosi così ad una sorta di *oralità scritta*. Anche il Forum di Lamoneta.it dispone di una specifica serie di *emoticons* [Cfr. Appendice - C] che permette ai *lamonetiani* di arricchire i vari post e di colmare, almeno parzialmente, il vuoto comunicativo dovuto all'assenza di codici non-verbali, quali la gestualità e la mimica facciale. Tuttavia, comprendere il significato di una *faccina* può rivelarsi un'operazione non semplice per alcuni utenti, causando in certi casi spiacevoli malintesi ed equivoci evidenti: *Perchè fai quella faccina? Ho detto qualcos'altro di sbagliato?; Arcano, c'hai qualcosa che ti rode mi pare! Io ho dato degli "ignorantoni" in senso assolutamente scherzoso e non offensivo, vai a rivedere il mio post e trovi una bella faccina sorridente in fondo!; perchè non c'è la faccina da pigro assonnato?; Non avevo visto la faccina che ride dopo. Ogni tanto sono un po' duro di comprendonio; Ma è giusto mostrarsi più disponibili, magari anche con un semplice sorriso (faccina) che non costa nulla, caro Simone!; La faccina da incavolato è per la situazione, non per te, neh?*

²¹ <http://www.cs.cmu.edu/~sef/Orig-Smiley.htm>

Come sottolinea giustamente Paccagnella, *gli smileys costituiscono fenomeni del tutto nuovi ed esclusivi della comunicazione telematica, richiedono anch'essi una certa dose di competenza linguistica specifica per essere usati e decodificati e fanno parte del patrimonio culturale acquisito durante un particolare processo di socializzazione* [2000, 57].

3.5 Il sistema normativo di Lamoneta.it

Uno dei luoghi comuni più difficili da sfatare nell'approfondire tematiche relative alle interazioni in Rete, alle relazioni negli ambienti telematici e alle comunità on-line riguarda senza dubbio la presunta assenza di regole ben definite, che guidino gli utenti ad una corretta frequentazione degli ambienti virtuali, e la mancata adozione di un codice di comportamento non-scritto, tale da poter essere equiparato al *senso civico* della vita off-line.

In realtà, la comunicazione attraverso il web, all'interno di gruppi gerarchicamente organizzati e stabili nel tempo, non può prescindere dal rispetto di un preciso insieme di norme: senza un regolamento condiviso, le aggregazioni sociali basate sulla CMC sarebbero sistematicamente destinate a fallire o a essere dominate dall'incomunicabilità. La questione non riguarda quindi l'esistenza di sistemi normativi nel Cyberspazio, ma gli effetti che uno specifico sistema normativo determina nell'ambito di un *cyberluogo*, colonizzato dai membri di un raggruppamento non effimero. Se è vero infatti che i pionieristici utilizzatori delle reti telematiche avevano avvertito la necessità di elaborare delle convenzioni comportamentali, entrate poi a far parte della cosiddetta Netiquette, è anche vero che ogni gruppo o comunità crea, sviluppa e adatta al proprio contesto digitale una serie di regole e prescrizioni, necessarie a far coesistere libertà individuali ed esigenze collettive.

Gli studiosi della comunicazione mediata da computer e delle comunità on-line hanno sempre considerato l'osservazione e l'analisi delle norme di comportamento un tema centrale delle loro ricerche sulla Rete. Caso esemplare di questo importante filone d'indagine appare lo straordinario lavoro etnografico realizzato da Nancy Baym sul newsgroup "rec.arts.tv.soap" dedicato alle soap opera americane. Nel suo saggio "L'emergere della comunità on-line", l'autrice sostiene *che lo "stile" di una comunità on-line sia modellato da una serie di strutture preesistenti, che include i contesti esterni, la struttura temporale, l'infrastruttura del sistema, gli obiettivi del gruppo e le caratteristiche dei partecipanti. Nell'interazione comunicativa in corso i partecipanti si appropriano delle risorse e delle regole che quelle*

strutture offrono e le sfruttano strategicamente. Il risultato è una combinazione dinamica di significati sociali coerenti, che permette ai membri di immaginarsi come una comunità. I più significativi sono la nascita di forme – specifiche del gruppo – di espressione, relazioni e convenzioni normative [Baym in De Benedittis, 2003, 184].

I gruppi basati sulla CMC tendono quindi a sviluppare delle norme di comportamento, che possono essere ereditate o prese in prestito da altri ambienti telematici, ma che possono anche essere specifiche della comunità. Convenzioni prescrittive di questo tipo influenzano da sempre il dibattito e i rapporti all'interno di Usenet. Come sottolinea, infatti, la stessa Baym a proposito del newsgroup "rec.arts.tv.soap", le regole rappresentano una sorta di punteggiatura, necessaria a disciplinare gli scambi comunicativi on-line. Senza tali opportune limitazioni, qualsiasi comunità rischierebbe di dissolversi o di trasformarsi in un insieme indefinito di individui non in grado di sviluppare delle interazioni costruttive, né tanto meno delle relazioni sociali solide e a lungo termine.

Nel "r.a.t.s." le norme emergono dal basso, evidenziando l'esistenza di una *governance*, vale a dire di un sistema decisionale formato dagli stessi frequentatori del newsgroup. Ciò non significa che il modello regolativo adottato sia meno efficace ed efficiente di quanto possano apparire le scelte di un organo legislativo *ad hoc*. Semplicemente, si tratta di una diversa organizzazione normativa, basata su comportamenti convenzionali e soluzioni standard. Tra le più interessanti del "r.a.t.s." si possono citare: l'adozione di identità non anonime; il corretto utilizzo delle citazioni; la rilevanza temporale del gruppo, in virtù della quale ogni utente evita di replicare ad un *thread*²² 4-5 giorni dopo la sua apertura; l'inserimento della parola *spoiler*²³ in tutte le discussioni dove si anticipa, anche solo parzialmente, la trama di una soap opera; l'uso di etichette appropriate nelle *subject lines* con cui si fa riferimento alle varie soap; il ricorso alle e-mail private per chiarire eventuali equivoci o stigmatizzare atteggiamenti inappropriati, al fine di evitare il *flaming* [Baym in De Benedittis, 2003].

Non vi è un'autorità centrale alla quale sia soggetta l'attività in Usenet: l'esistenza e il carattere dei newsgroup sono modellati congiuntamente dalle decisioni degli amministratori di un sito individuale, da un insieme di regole di condotta ampiamente diffuso (Netiquette), da un insieme di direttive per la creazione di un newsgroup e dalle aspettative degli utenti [McLaughlin, Osborne e Smith in De Benedittis, 2003, 222]. Nella loro analisi sui "Modelli di comportamento in Usenet", McLaughlin, Osborne e Smith danno vita ad una tassonomia dei

²² Nel gergo dei newsgroup e dei forum un thread (in genere anche 3D, ma letteralmente trama o filo) indica una discussione sviluppata da più utenti.

²³ Termine derivato dall'inglese "to spoil" che significa "rovinare". Vengono definite "spoilers" le anticipazioni su un film o su una soap opera che "rovinano" ad uno spettatore la sorpresa della trama o del finale.

comportamenti riprovevoli all'interno dei newsgroup, mettendo in luce quegli errori e quegli atteggiamenti poco graditi che in genere scatenano le reazioni del gruppo nei confronti del singolo, con precise richieste di richiami, sanzioni e limitazioni all'accesso per il trasgressore. Vengono così individuate sette diverse "categorie di offese":

- Uso scorretto o inesperto della tecnologia (ad es. l'invio di un messaggio vuoto);
- Spreco della larghezza di banda (ad es. utilizzare indebitamente un newsgroup, ponendo domande banali senza aver letto le FAQ);
- Violazione delle convenzioni di rete (ad es. l'invio di annunci commerciali);
- Violazione delle convenzioni specifiche del newsgroup (ad es. il mancato uso della dicitura *spoiler* in caso di anticipazioni su trame di film e soap opera);
- Violazioni etiche (ad es. divulgare i dati personali di altri utenti);
- Linguaggio inappropriato (ad es. volgarità, offese, insulti, *flaming*);
- Errori di fatto (ad es. inesattezze su nomi, date e luoghi o errori di battitura).

Lo spreco della larghezza di banda e le trasgressioni nell'uso del linguaggio possono condurre un newsgroup all'auto-distruzione [...] un flame spesso genera un grande movimento di insulti, ancora una volta perché è facile inviare un follow-on. Non appena una serie di mittenti unisce le forze per colpire ripetutamente un bersaglio (e, spesso, appena una seconda cricca si forma in difesa del bersaglio), il grado di ostilità espressa nei messaggi può salire a un livello tale che l'uno può chiedere l'espulsione dell'altro dalla comunità attraverso pratiche di "indifferenza elettronica" o un "kill-file" (bloccando i suoi messaggi elettronicamente), o proponendo a qualcuno degli amministratori di sistema di privarlo dell'accesso alla rete [McLaughlin, Osborne e Smith in De Benedittis, 2003, 232-233].

Secondo le tre studiose i comportamenti riprovevoli, le violazioni della Netiquette e le offese sono elementi di disturbo connaturati alla comunicazione telematica, ma le costrizioni tecnologiche e l'esistenza di fattori socio-strutturali, attraverso i quali i nuovi iscritti vengono socializzati ai modi del gruppo, rappresentano garanzie sufficienti per l'adozione collettiva di convenzioni normative anche su Usenet. Un esempio emblematico di come le regole possano essere apprese e tramandate da una generazione all'altra di utenti è rappresentato dalle FAQ. In questi documenti, redatti volontariamente e in modo cooperativo da gruppi di frequentatori storici e assidui, vengono periodicamente trascritte e aggiornate le risposte alle domande più

frequenti, ma anche una serie di nozioni, di indicazioni normative e di principi relazionali che stanno alla base dello spirito e della tradizione di ogni newsgroup.

Cosa succede, invece, se la comunità non riesce ad autoregolarsi e ad uniformare i comportamenti dei propri componenti? Richard MacKinnon prova a rispondere a questo interrogativo nel saggio “La ricerca del Leviatano in Usenet”: *definito come “quel dio mortale al quale dobbiamo, sotto il Dio immortale, la nostra pace e la nostra difesa” (Hobbes 1651), il Leviatano in una rete di discussioni computerizzate consiste nell’istituzione della censura o della moderazione dei messaggi scritti dagli utenti* [MacKinnon in De Benedittis, 2003, 243].

La tesi di MacKinnon è che in assenza di un sistema normativo efficace ed efficiente i componenti di un newsgroup possano adottare vari meccanismi di controllo preventivo sul contenuto dei messaggi, bandendo persone e parole poco consone allo stile del gruppo, oppure possano scegliere di sottostare al volere di uno o più moderatori, col compito di impedire che le discussioni degenerino o che pochi agenti di disturbo ostacolino il dibattito costruttivo. In entrambi i casi, ciò che emerge è un bisogno latente di autorità, cioè di un *Leviatano* al quale sottomettere il proprio potere in cambio di protezione dalle *flame wars*, dallo spam e dal grave rischio di perdere la *faccia*.

Parafrasando ancora una volta il pensiero di Hobbes, l’autore teorizza la necessità di un “potere congiunto” che tuteli la dimensione pubblica del newsgroup e nel contempo preservi ogni singolo partecipante. *E’ la paura della morte e delle ferite che persuade le persone ad abbandonare la loro ricerca dei poteri e ad arrendersi al potere di un altro [...] il prezzo o la ricompensa per un tale controllo è la diminuzione del rumore e l’aumento di informazioni rilevanti* [MacKinnon in De Benedittis, 2003, 264-265].

Tamir Maltz va oltre l’ipotesi teorica di un *Leviatano* chiamato a governare i newsgroup di Usenet, sostenendo che all’interno delle comunità on-line esistono molteplici espedienti per stigmatizzare socialmente e sanzionare le principali violazioni alla Netiquette e ad altre forme di autoregolamentazione adottate dagli utenti. *Tutte le regole richiedono delle sanzioni che ne garantiscano l’applicazione. Nel mondo off-line le risorse estreme per garantire che le norme vengano applicate sono la forza fisica e la sovranità dei governi nazionali. Ma su Internet la materialità e gli atomi sono sostituiti dai segni e dagli elettroni. Il Cyberspazio è un nuovo universo in cui le leggi della fisica sono rimpiazzate dai protocolli della trasmissione e del software. Il potere si manifesta dunque attraverso il controllo tecnologico o impedendo la comunicazione ad altri utenti* [Maltz, 1996]²⁴.

²⁴ La versione originale del saggio è reperibile all’indirizzo: <http://jcmc.indiana.edu/vol2/issue1/custom.html>

Nel suo lavoro di ricerca, Maltz individua quattro meccanismi strategici che permettono di assumere il controllo sul flusso informativo della comunicazione in rete, configurandosi come delle autentiche dimostrazioni di forza da parte degli utenti informaticamente più abili e allo stesso tempo come delle soluzioni ottimali per combattere reati e trasgressori on-line. In base ai loro effetti e alla casistica dei fenomeni più ricorrenti si distinguono:

- *Disturbi e interferenze.* Consistono rispettivamente nella ricezione forzata di messaggi indesiderati e nell'adozione di artifici che ostacolano la trasmissione di informazioni utili. La più comune delle sanzioni riguarda ovviamente il *flaming*. Questo fenomeno si verifica quando un numero consistente di utenti comincia a scagliarsi contro un solo individuo, reo di aver commesso una grave violazione. Nonostante in questi casi la maggior parte dei messaggi sia indirizzata verso il trasgressore (*mass flaming*), che per primo ha iniziato il thread incriminato, è preferibile interrompere la pubblicazione dei post per evitare che un newsgroup possa intasarsi irrimediabilmente. La punizione più grave che si può infliggere ad un *troll* o ad uno *spammer* è la "mail bomb", ovvero l'invio automatico di più messaggi contemporaneamente. E' una tecnica in grado di intasare e di rendere inutilizzabile una casella di posta elettronica. Il caso più eclatante risale al 1994 (*the Green card e lawyers*) e riguarda due avvocati intenzionati a promuovere i propri servizi attraverso Usenet. L'invio dei messaggi pubblicitari indesiderati scatenò la furente reazione degli utenti che bombardarono letteralmente i due con migliaia di e-mail di protesta.
- *Annullamento della comunicazione.* I protagonisti della vicenda "the Green card e lawyers" non furono puniti solamente con l'invio di una "mail bomb", ma con la cancellazione automatica di tutti i loro post in occasione di invii successivi. La cancellazione dei messaggi è infatti un'altra dimostrazione virtuale di forza. Con l'aiuto di particolari software, gli utenti più esperti di Usenet combattono lo *spamming*, ricorrendo alla rimozione di tutti i messaggi aventi contenuti o autori incriminati. Il gruppo dei "Cancelmoose [tm]" ha addirittura intrapreso una vera e propria crociata contro lo spam all'interno dei vari newsgroup, incaricandosi di rimuovere ogni post non funzionale al dibattito. Anche se questo, naturalmente, non impedisce agli *spammer* più accaniti di ripubblicare i messaggi cancellati.

- *Controllo della comunicazione.* Grazie a tale meccanismo è possibile dominare il sistema comunicativo di altri utenti. E' ciò che nel 1993 ha determinato il caso dello "stupro virtuale" all'interno di LambdaMOO, ovvero un ambiente virtuale, creato per l'interazione di personaggi ideati dagli utenti. La vicenda, che ebbe un enorme risalto mediatico, vide come protagonista l'utente "Mister Bungle", che utilizzando un "software bambola voodoo" riuscì a manovrare le azioni di due diverse vittime, costringendole a subire uno "stupro virtuale". Solo l'intervento di altri utenti scongiurò episodi simili, mentre lo "stupratore" fu immobilizzato utilizzando un programma ancora più potente.

Lo schema proposto da Maltz rappresenta soltanto una delle possibili interpretazioni del sistema delle sanzioni e dei poteri su Usenet, ma evidenzia ancora una volta la complessità dei gruppi di discussione e di altre comunità on-line, quali luoghi sociali caratterizzati da continue negoziazioni e precise norme comportamentali. *La reputazione della comunicazione mediata da computer, secondo cui il Cyberspazio sarebbe una sorta di "Wild West", è quanto meno inesatta. Le comunità sono importanti e continuano a prosperare, ma la loro sopravvivenza dipende dall'autoregolazione. I sistemi normativi autonomi non sono esenti da problemi e da interferenze, ma viste le tante difficoltà nel disciplinare le comunità on-line dall'esterno, una governance interna rimane lo strumento regolatore per eccellenza* [Maltz, 1996].

Alla luce di tali riflessioni, è certamente opportuno soffermarsi sul sistema normativo di Lamoneta.it, provando a metterne in risalto i meccanismi, il funzionamento e soprattutto gli effetti sull'agire dei *lamonetiani*. Un percorso da compiere attraverso l'analisi dei tre diversi strumenti regolativi di cui il Forum si avvale e che disciplinano a vario titolo gli aspetti maggiormente rilevanti della vita comunitaria:

- Il regolamento ufficiale [Cfr. Appendice - D];
- Il "Decalogo del buon Lamonetiano" [Cfr. Appendice - E];
- Le "Frequently Asked Questions" (FAQ) [Cfr. Appendice - F].

Si tratta di un sistema normativo piuttosto articolato che non prevede solo limitazioni, sanzioni e divieti, ma anche numerosissimi consigli e suggerimenti, tesi a favorire l'adozione di un "comportamento apprezzato": *ovviamente il Regolamento può stabilire alcune regole fondamentali, ma non può sostituirsi al buon senso, all'intelligenza e all'educazione di chi*

partecipa al forum. Tuttavia si possono formulare dei suggerimenti, utili specialmente ai nuovi utenti e a chi ha poca esperienza di comunità virtuali, che possono aiutare a identificare i comportamenti apprezzati e quelli sconsigliati. Alcuni di questi suggerimenti discendono direttamente dalle regole della Netiquette, altri sono specifici di questo forum²⁵.

Le norme ufficiali prevedono dodici punti essenziali, ritenuti implicitamente accettati al momento della registrazione al sito di Lamoneta.it:

- **Diritti di accesso e registrazione.** Sono le indicazioni relative alle modalità con cui è possibile iscriversi e partecipare ai dibattiti del Forum. Viene garantita la libertà d'accesso in lettura a tutti gli utenti (in alcune comunità questa possibilità viene negata), ma allo stesso tempo si ribadisce il vincolo della registrazione per poter partecipare attivamente alle discussioni.
- **Note generali.** Si sottolineano alcuni semplici aspetti per un corretto utilizzo del Forum, quali il divieto d'iscrizione con più nickname e l'inutilità di discussioni finalizzate allo spam o ad incrementare il proprio contatore-utente.
- **Comportamenti non consentiti.** E' l'elenco di tutte le principali limitazioni al contenuto dei post. Sono espressamente vietati quei topic contenenti messaggi diffamatori, razzisti (apologia del nazismo e del fascismo), pornografici, falsi o volgari. Inoltre, non è permesso linkare o pubblicare direttamente su Lamoneta.it materiale (foto, testi, mp3, filmati, software, codici seriali) ottenuto illecitamente e diffuso violando il diritto d'autore. Sono disapprovate tutte le discussioni in cui si faccia propaganda, proselitismo e promozione commerciale o quelle in cui si voglia polemizzare apertamente contro i membri dello staff e le loro decisioni. Il mancato rispetto di tali prescrizioni può comportare la sospensione dell'utente o, nei casi più gravi e reiterati, un'espulsione definitiva dal Forum.
- **Contestazioni.** Ogni *lamonetiano* ha la possibilità di chiedere spiegazioni sulla chiusura di un topic o sulla cancellazione di un post, ma tale chiarimento deve essere reclamato tramite messaggi privati, evitando discussioni pubbliche in cui si contesti l'insindacabile giudizio dei moderatori e degli amministratori.
- **Chiusura discussioni.** Un messaggio ritenuto offensivo, osceno o non in linea con il consueto andamento del dibattito può essere modificato in alcune sue parti o addirittura rimosso dai moderatori; così come una discussione non conforme al

²⁵ Tratto da: http://www.lamonetapedia.it/index.php/Decalogo_del_buon_Lamonetiano

regolamento può essere eliminata definitivamente, adottando dei provvedimenti contro l'autore (avvertimento, sospensione account, bannaggio), specialmente in caso di precedenti violazioni o di una pessima condotta.

- **Segnalazione messaggi.** Si tratta di un invito rivolto a tutti gli utenti, ovvero una richiesta d'aiuto a moderare tutti insieme il dibattito, segnalando ai membri dello staff eventuali abusi o irregolarità. Ciascun *lamonetiano* è in fondo il primo vero moderatore di sé stesso e degli altri.
- **Funzionalità.** E' bene evitare doppi topic o post non correlati alla sezione in cui si scrive, in modo da non intasare inutilmente il Forum e creare confusione. Non si può usare un linguaggio simile a quello delle Chat, né è possibile creare una discussione per una ristretta cerchia di utenti. In entrambi i casi, è probabile che il *topic* venga chiuso.
- **Bannaggio utenti.** E' la sanzione estrema, una "pena di morte virtuale", stabilita congiuntamente dagli amministratori e dai moderatori, in seguito a "gravi reati" contro la comunità: diffamazione, comportamento antisocievole, atteggiamento litigioso, provocatorio o destabilizzante, *cloni* (utenti che partecipano al Forum con nick diversi). Il *ban* non viene applicato al nickname dell'utente incriminato, ma alla persona, attraverso il blocco dell'IP²⁶ con cui risulta registrata al sito di Lamoneta.it. Inoltre, in caso di estrema gravità, lo staff si riserva la possibilità di effettuare una segnalazione alla Polizia postale. In alternativa al bannaggio, può essere adottato un provvedimento disciplinare meno drastico, che consiste nella sospensione di un utente per un periodo di tempo variabile in base all'infrazione.
- **Moderatori.** Garantiscono "l'ordine pubblico" all'interno delle singole sezioni e vanno rispettati anche quando assumono decisioni apparentemente contestabili. Il loro operato è tenuto sotto controllo dagli amministratori.
- **Sezione scambi.** Questa norma regola una specifica sezione del Forum, dov'è possibile effettuare degli scambi di monete fra utenti, ma è assolutamente vietata la compravendita e la pubblicizzazione di materiale numismatico.
- **Apertura nuove discussioni e quote.** L'apertura di un topic deve avvenire nel rispetto delle regole e nell'interesse generale, affrontando un determinato tema nella sezione più adeguata e scegliendo un titolo adatto all'argomento trattato. Le discussioni possono quindi essere spostate dai moderatori del Forum e subire

²⁶ E' un numero che identifica univocamente tutti i dispositivi collegati con una rete informatica, che utilizza lo standard IP (Internet Protocol).

delle modifiche in caso di titolo ambiguo. Occorre, inoltre, usare correttamente lo strumento del *quoting* in modo da snellire la sequenza dei messaggi e renderla più facilmente leggibile. E' vietato scrivere in maiuscolo; secondo la Netiquette equivale ad urlare ed è un comportamento disapprovato nella maggior parte degli ambienti virtuali.

- **Argomenti critici.** Se si hanno dei dubbi sull'opportunità di discutere un tema ai limiti del regolamento, è bene contattare un moderatore e chiedere un suo parere.

Il regolamento ufficiale di Lamoneta.it non è uno strumento statico e imm modificabile. Le norme che lo compongono possono subire degli aggiustamenti nel corso del tempo per meglio adattarsi a nuove situazioni di criticità e di rischio. Le varie correzioni sono valide per l'intera comunità, senza distinzione tra vecchi e nuovi iscritti, ma il loro effetto non è mai retroattivo. In questo modo, il sistema normativo si evolve di pari passo ai bisogni e alle caratteristiche della *cittadinanza lamonetiana*, senza però snaturare i propri punti di forza.

La dinamicità del regolamento è testimoniata anche dalle *decisioni straordinarie* che moderatori e amministratori del Forum possono assumere in casi del tutto eccezionali. Questo particolare provvedimento può essere paragonato ad un "decreto legge". Si tratta infatti di soluzioni adottate in situazioni di necessità ed urgenza. Ne è una prova il comunicato diffuso alla vigilia delle elezioni politiche del 2006: *La decisione di sospendere le discussioni aventi tematiche legate, direttamente o indirettamente, alla situazione politica italiana ha una motivazione molto semplice e chiara: l'impossibilità, stante l'elevato numero di partecipanti al forum, di riuscire a discutere di queste tematiche senza incorrere in denigrazione, sberleffo, polemica gratuita e in generale scontro aperto. In molti forum dove queste discussioni politiche sono state tollerate, infatti, si è constatata la completa impossibilità di portare avanti discussioni che, pur vedendo partecipanti dalle idee politiche opposte, potessero caratterizzarsi per il confronto pacato e la critica costruttiva. Viceversa, quello che si è visto è stato il continuo ricorso all'arma del contrasto muro contro muro, verso chi politicamente ha idee dissimili dalle proprie. L'amministrazione di questo forum ha pertanto scelto di vietare in toto questo genere di discussioni e sondaggi di qualsiasi tipo, onde evitare di dover assumere la posizione del censore per cercare di ricondurle su binari di civiltà e di scambio culturale reciproco e arricchente*²⁷.

²⁷ <http://www.lamoneta.it/index.php?showtopic=7751>

Il secondo pilastro del sistema normativo di Lamoneta.it è rappresentato dal “Decalogo del buon lamonetiano”. Si tratta di una rilettura esplicativa del regolamento ufficiale, operata dagli stessi membri dello staff con la collaborazione di alcuni componenti della *leadership allargata*. Tale documento non si limita ad avere un valore prescrittivo, ma assume in alcune sue parti un carattere orientativo, suggerendo agli utenti gli atteggiamenti e i comportamenti più adeguati alla vita sociale di Lamoneta.it. In questo senso, il decalogo si attesta quale forma scritta del *senso civico lamonetiano*, raccogliendo alcune indicazioni pratiche su come mantenere una condotta impeccabile all’interno del Forum ed elencando una serie di consigli utili per agire correttamente in situazioni tipiche. Per svolgere le sue molteplici funzioni senza generare equivoci o conflitti col regolamento ufficiale, il decalogo è stato organizzato in tre macrosezioni ben distinte:

- **Comportamenti apprezzati.** La nota introduttiva al primo punto del decalogo definisce molto bene il valore di queste indicazioni: *Seguendo tali suggerimenti contribuirete a migliorare il forum nel suo complesso e probabilmente anche l’atteggiamento e la disponibilità degli altri utenti nei vostri confronti*²⁸. Si tratta in sostanza di consigli tesi a favorire uno scambio costruttivo di informazioni ed idee, limitando il rischio di intasare il Forum con messaggi ripetitivi, inadeguati, inutili, palesemente falsi o infondati (si ricorda ad esempio che esprimere un parere approssimativo o fuorviante sul valore di una moneta può causare un acquisto sbagliato da parte di altri collezionisti). Per evitare temi poco attinenti al dibattito o domande banali già discusse in passato, si suggerisce una lettura preventiva del regolamento e delle FAQ. E’ inoltre opportuno verificare tramite l’apposito strumento di ricerca²⁹ l’effettiva novità dell’argomento che si vuole affrontare, in modo da ridurre i topic doppiati. Postare costantemente è senza dubbio una scelta apprezzata e condivisa dall’intera collettività, ma leggere con attenzione ciò che è già stato scritto e rispettare il contributo di tutti gli altri è di fondamentale importanza per l’equilibrio della comunità e dei suoi membri. E’ infine richiesto di *quotare* correttamente, di rispettare idee ed opinioni diverse dalle proprie, di chiarire eventuali malintesi tramite MP³⁰, di esprimersi in modo

²⁸ Tratto da: http://www.lamonetapedia.it/index.php/Decalogo_del_buon_Lamonetiano

²⁹ Il Forum di Lamoneta.it è dotato di un piccolo motore di ricerca interno utilizzabile da tutti gli utenti registrati, consultabile all’indirizzo : <http://www.lamoneta.it/index.php?act=Search&f=>

³⁰ Acronimo di “messaggio privato”. I lamonetiani utilizzano questo canale comunicativo per ricevere ed inviarsi e-mail private, naturalmente non accessibili al resto della comunità.

comprensibile e di ringraziare³¹ chiunque si mostri disponibile a dare una mano o a risolvere uno specifico problema. In caso di dubbi o situazioni critiche, si può sempre contattare un moderatore o un amministratore.

- **Comportamenti sconsigliati.** *Questi comportamenti, specialmente se ripetuti, possono provocare la chiusura dei thread interessati e, in casi estremi, altri provvedimenti nei confronti degli utenti*³². Nella seconda parte del decalogo sono raggruppati una serie di atteggiamenti e di situazioni fortemente in contrasto col *senso civico lamonetiano*. In questo caso, non si può parlare di comportamenti espressamente vietati o punibili, ma di modi sgradevoli, disapprovati dall'intera comunità. Tra i comportamenti deprecabili figurano: l'uso del linguaggio tipico delle Chat e degli SMS; lo spam finalizzato all'incremento del contatore-utente; il *cross-posting*³³; l'utilizzo di informazioni reperite gratuitamente sul Forum per realizzare profitti dalla vendita di monete e banconote su altri siti commerciali; il ricorso alla visibilità di Lamoneta.it per discutere o pubblicizzare argomenti non legati al mondo della numismatica; l'ingenuità nell'*alimentare i troll*³⁴.
- **Comportamenti vietati.** Ironizzando sul regolamento ufficiale e sui vari divieti imposti dallo staff alla comunità dei *lamonetiani*, alcuni utenti hanno addirittura stilato "I dieci comandamenti di Lamoneta.it", puntualmente elencati da *Niko*: *Dopo che Rcamil scese dal monte Monet con in mano le dieci regole del lamonetiano DOC, IGP e quant'altro, le dettò al popolino che contava i soldini che aveva in tasca:*

³¹ Il ringraziamento può avvenire pubblicamente, come succede in molte altre comunità on-line, o attraverso un voto di feedback. Su Lamoneta.it è attivo infatti un sistema per misurare la "reputazione" degli utenti: i messaggi particolarmente meritevoli vengono premiati con un voto positivo, mentre i post sgradevoli sono in genere stigmatizzati attraverso un voto di feedback negativo. I voti ricevuti contribuiscono evidentemente a determinare la reputazione e la competenza numismatica di ogni singolo utente. Tuttavia, il sistema è accessibile soltanto ai lamonetiani con almeno 500 post all'attivo, limitando così le potenzialità e l'efficacia del sistema stesso.

³² Tratto da: http://www.lamonetapedia.it/index.php/Decalogo_del_buon_Lamonetiano

³³ E' una pratica di disturbo diffusasi nell'ambito della rete Usenet e dovuta all'invio indiscriminato di uno stesso messaggio all'interno di più newsgroup. Nel caso dei forum, si tratta della pubblicazione di uno stesso topic in sezioni tematiche diverse, con conseguente intasamento dello spazio destinato al dibattito.

³⁴ Alimentare i troll significa rispondere ai messaggi irritanti di un provocatore, gettando altra benzina sul fuoco della polemica. "Per favore, non date da mangiare ai troll!" è un tipico messaggio di avvertimento che i vecchi utenti di una comunità inviano ai nuovi, consapevoli che il modo migliore per combattere un troll è di ignorarlo completamente.

1. *Io sono Lamoneta.it sito tuo non avrai altro Rcamil al di fuori di lui, non avrai altro interesse al di fuori di quello per Lamoneta.it;*
2. *Ricordati di santificare Veronafil, Reficul e tutti i moderatori;*
3. *Non quotare;*
4. *Non commettere pulizie impure, non lucidare (pena l'impiccagione sulla piazzetta del numismatico!)*
5. *Non linkare monete di Coinarchives... lo sanno fare tutti!;*
6. *Non bannare (se non sei moderatore);*
7. *Non votare con una falsa conservazione;*
8. *Non diffondere dati personali degli altri utenti;*
9. *Non desiderare la moneta degli altri;*
10. *Non desiderare la donna su prora altrui (solo quella sul motoscafo)*³⁵

Naturalmente, è un'interpretazione scherzosa e fantasiosa del sistema normativo di Lamoneta.it, ma questo non significa che il Forum sia privo di restrizioni e sanzioni. L'ultima parte del decalogo ha infatti un carattere prescrittivo e affronta in modo dettagliato tutti quei casi in cui un post può essere cancellato e un topic può essere chiuso, con conseguente richiamo³⁶, sospensione o espulsione per l'utente coinvolto. Sono considerati comportamenti vietati: la pubblicazione di contenuti razzisti, falsi, pornografici, illegali e diffamatori; lo sfruttamento del Forum a fini commerciali; la contestazione immotivata e reiterata dell'operato dello staff; gli attacchi personali verso altri utenti e i tentativi di destabilizzare l'armonia della comunità; il mancato rispetto della privacy e del copyright; la registrazione con due o più nickname; l'inserimento di link nelle *signature*.

Accanto al regolamento ufficiale e al "Decalogo del buon lamonetiano", uno strumento di grande rilevanza collettiva è rappresentato dalle "Frequently Asked Questions". Nel caso specifico, le FAQ non rappresentano semplicemente una collezione di risposte alle domande più frequenti del Forum, una raccolta di istruzioni per l'uso o una serie di regole da seguire, ma riassumono la "filosofia" di Lamoneta.it, attestandosi come una risorsa indispensabile per

³⁵ Tratto da: <http://www.lamoneta.it/index.php?showtopic=24876>

³⁶ Esiste uno specifico contatore, sotto forma di barra azzurra graduata, che misura il livello di avvertimento di ciascun lamonetiano. Se un utente riceve un avvertimento dallo staff di Lamoneta.it perchè il suo comportamento sul Forum è ritenuto scorretto, il contatore comincia a scorrere verso destra. Se l'utente raggiunge il livello di avvertimento del 100% può essere sospeso o anche espulso. Per ragioni di privacy, ogni utente può conoscere il proprio livello di avvertimento, ma non quello degli altri utenti.

le nuove e le vecchie generazioni di *lamonetiani*. Il tono con cui sono state scritte è informale; mentre lo stile appare molto semplice e lineare. Inoltre, le FAQ sono volutamente pubblicate su Lamonetapedia³⁷, in modo da essere perfezionabili da qualunque utente voglia apportare delle modifiche nel corso del tempo. Pur non avendo finalità intrinsecamente regolative, le FAQ supportano il *sistema normativo* di Lamoneta.it, fornendo preziose informazioni sulla comunità e sul suo *modus vivendi*, sul funzionamento del Forum e su tutti gli altri progetti del Network, ma anche sul rapporto tra web, numismatica e collezionismo.

L'ultima versione delle FAQ, analizzata nel dicembre del 2007, presenta una struttura tematica organizzata in dieci diversi paragrafi:

- **Per i nuovi utenti.** Con poche esaurienti risposte si offre una guida introduttiva in grado di dissipare i principali dubbi espressi generalmente dagli utenti meno esperti o dai nuovi arrivati. Si spiega quindi la natura e la *mission* del Forum, il ruolo svolto dagli amministratori e dai moderatori, l'importanza della barra di avvertimento, quale termometro della condotta individuale, e l'assegnazione dei vari titoli nobiliari.
- **Messaggi.** In questa seconda sezione delle FAQ si fa riferimento al *senso civico lamonetiano* e alle norme di comportamento riportate sul "Decalogo del buon lamonetiano". In particolare, si suggerisce come postare correttamente, cercando di non compromettere la leggibilità del Forum, linkando nel modo più opportuno i siti esterni, utilizzando gli MP per scambi personali e ricorrendo all'opzione "Edit" per modificare o correggere un messaggio errato.
- **Allegati e immagini.** Vengono indicate tutte le modalità per realizzare le proprie foto di monete e banconote (tramite scanner o fotocamera digitale) e le istruzioni necessarie (peso massimo consentito, formato, risoluzione) per pubblicarle su Lamoneta.it o su altri siti che offrono hosting gratuito. Inoltre, si sottolinea la possibilità di allegare immagini ai vari topic del Forum e di trasferire un'intera raccolta di foto personali in un'apposita scheda dei "Cataloghi Fotografici"³⁸.
- **Contenuti del Forum.** Così come stabilito dal regolamento ufficiale, è possibile discutere di argomenti *off-topic*, vale a dire non legati alla numismatica, purché

³⁷ La filosofia che sta dietro a Lamonetapedia.it è la stessa che anima la nota Wikipedia (<http://it.wikipedia.org>), ma focalizzata sulla numismatica e sul collezionismo.

³⁸ <http://www.lamoneta.it/cataloghi.php>

il dibattito non venga alimentato con tematiche vietate, faziose o sgradevoli. Si ribadisce, infine, l'assoluto divieto di compravendita all'interno del Forum.

- **Numismatica in generale.** Questo paragrafo costituisce un piccolo manuale, contenente alcune nozioni basilari di numismatica (grado di rarità delle monete, differenze tra dritto e rovescio, stato di conservazione dei tondelli, conio stanco).
- **Monetazione Antica.** Si riassumono in modo specifico aspetti e temi legati al collezionismo di monete antiche (ad esempio greche e romane), con particolare riferimento alla loro pulitura, alla patina dei metalli, alla conservazione, alla vendita su Internet e alla legislazione italiana in materia.
- **Monetazione del Regno d'Italia.** E' una sorta di vademecum con una serie di consigli ed informazioni utili su come valutare le monete del Regno d'Italia e su come evitare truffe telematiche o bufale (può capitare che pezzi molto comuni siano considerati preziosi o che qualcuno affermi di possedere più esemplari di una moneta dal valore inestimabile).
- **Monetazione della Repubblica Italiana.** Questa breve raccolta di risposte tenta di sciogliere tutti i dubbi più comuni sulle monete emesse dalla Zecca italiana, prima dell'introduzione dell'Euro. In particolare, si dà grande risalto ai pezzi più rari, alle varianti e agli errori di conio, chiarendo il grado di rarità e il valore di ogni singola moneta.
- **Monetazione mondiale contemporanea.** Stabilito quali monete possano essere considerate contemporanee, le FAQ suggeriscono i principali cataloghi/manuali da consultare e indicano come e dove acquistare i pezzi da collezione.
- **Monetazione in Euro.** Vi sono raccolte tutte le indicazioni più utili sul mondo dell'*eurocollezionismo*: le strade da percorrere per procurarsi le monete più rare (Monaco, Vaticano e San Marino), le precauzioni da adottare nei confronti delle cosiddette "Euro patacche" e gli aspetti da tenere sott'occhio nelle aste on-line per evitare le classiche fregature.

In definitiva, le FAQ costituiscono un documento di decodifica della collettività e del sapere condiviso dei *lamonetiani* e predispongono i neofiti ad un uso ragionato e socialmente accettato del Forum e delle risorse messe a disposizione sul sito di Lamoneta.it.

4. Un laboratorio della partecipazione collaborativa

4.1 La svolta del Web 2.0

La definizione “Web 2.0” venne coniata quasi per caso nell’ottobre del 2004, durante un incontro di lavoro tra Tim O’Reilly, editore e presidente della O’Reilly Media, e un gruppo di suoi collaboratori. L’etichetta sembrò subito molto semplice e intuitiva; sicuramente adatta a descrivere in maniera sintetica la complessità dei fenomeni e delle molteplici innovazioni che, a quindici anni dalla creazione del primo sistema ipertestuale elaborato da Tim Berners-Lee, stavano completamente stravolgendo lo scenario del World Wide Web. Come scrive lo stesso O’Reilly sul proprio sito: *Nell’anno e mezzo trascorso da allora, il termine “Web 2.0” ha decisamente preso piede, con oltre 9,5 milioni di citazioni in Google. Ma c’è ancora un grande disaccordo circa il significato di Web 2.0, alcuni lo denigrano, considerandolo un termine di marketing, alla moda, ma insignificante, mentre altri lo accettano come il nuovo standard convenzionale¹.*

Racchiudere e condensare tutte le potenzialità e i cambiamenti apportati dal Web 2.0 in una definizione univoca e cristallizzata appare un’operazione piuttosto rischiosa e poco utile per comprenderne le reali dimensioni tecnologiche e le relative conseguenze sociali. Il Web 2.0 non è un nuovo sistema infrastrutturale della Rete, né una nuova tecnologia informatica, né tanto meno un nuovo sistema di comunicazione. Si tratta molto più semplicemente di un modo alternativo di utilizzare Internet, per mezzo di specifici strumenti che permettono una partecipazione attiva degli utenti nel processo di sviluppo e di maturazione della Rete. Il Web 2.0 differisce notevolmente dal Web 1.0, mettendo in risalto la propria natura partecipativa. Nascono così numerosi servizi che consentono non solo di fruire delle risorse e dei contenuti on-line, ma di crearne di nuovi e di condividerli con altri utenti. Col Web 2.0 si assiste dunque ad un’evoluzione sostanziale: la Rete risulta sempre meno passiva ed elitaria e sposa i principi della partecipazione e della condivisione [Prati, 2007].

Non tutti accettano però la visione ottimistica portata avanti da Tim O’Reilly e da altri tecnoentusiasti. Esiste infatti una sorta di contrapposizione ideologica tra chi considera il Web 2.0 come l’inizio di un cambiamento epocale e chi invece crede che il Web 2.0 non sia mai esistito, ipotizzando una nuova bolla speculativa, paragonabile a quella che portò al crollo

¹ Tratto da: <http://www.xyz.reply.it/web20/>

della “New Economy” alla fine degli anni ’90. Seguendo questa seconda ipotesi, sostenuta fra gli altri anche dal padre fondatore del Web 1.0 Tim Berners-Lee, non è possibile parlare di una vera e propria rivoluzione, poiché Internet è sempre stato uno strumento collaborativo e aperto a tutti. Il rischio, sottolineano gli scettici, è che ogni piccola innovazione finisca con l’essere automaticamente riconosciuta come l’ennesima espressione della “filosofia Web 2.0”, senza che ciò sia minimamente vero o dimostrabile attraverso un confronto con le “vecchie” applicazioni Web 1.0. Una mera operazione pubblicitaria insomma, come testimoniarebbe la comparsa di un’ulteriore futuristica etichetta quale “Web 3.0”.

E’ azzardato sostenere che il Web 2.0 abbia stravolto le leggi e le finalità che sin dalle origini hanno regolato e garantito la crescita della Rete, ma è innegabile che ci sia stata una complessa evoluzione delle forme comunicative “uno-a-molti” e “molti-a-molti”. Sarebbe un errore quindi soffermarsi a criticare le speculazioni nate attorno ad un “marchio di tendenza” quale Web 2.0, senza valutare con attenzione i cambiamenti che negli ultimi cinque anni hanno effettivamente trasformato e migliorato alcuni aspetti di grande rilevanza nell’uso di Internet da parte degli utenti. In altre parole, il Web 2.0 non va superficialmente interpretato come un insieme di servizi e progetti in grado di modificare le abitudini e la dieta mediale di milioni di utenti. Semmai, è vero il contrario: i bisogni e gli stimoli provenienti dall’utenza hanno rimodellato gli ambienti virtuali, amplificando quello spirito di partecipazione e quella voglia di condivisione, connaturati all’essenza stessa della Rete.

Il Web 2.0 non è un bluff, ma probabilmente non è una rivoluzione. E’ lo stadio di un processo storico, tecnologico e sociale iniziato con la telematica, proseguito col passaggio dalle reti di calcolo alle reti di comunicazione, fortemente segnato dalla nascita dell’ipertesto e giunto sino all’attuale generazione di *web-application* (blog, tag, wiki e social network). Se si vogliono comprendere fino in fondo le peculiarità di questa nuova forma di organizzazione della comunicazione e dell’informazione, senza correre il rischio di esaltarne oltremodo pregi e benefici, non si può prescindere dal lungo percorso evolutivo tuttora in atto. Oggi l’*Utente* è il protagonista assoluto: sta alla base di numerose applicazioni e di servizi d’ogni genere, ma è anche l’artefice di formule espressive e spazi relazionali nuovi. Tutto ciò però non è emerso all’improvviso o per puro caso, dopo l’avvento del Web 2.0; i frequentatori della Rete hanno conquistato progressivamente il centro della scena, percorrendo strade diverse e parallele. Il risultato è un Cyberspazio a “misura d’utente”, costruito su tecnologie informatiche sempre più funzionali alla dimensione sociale degli individui e delle loro vite.

Una delle definizioni più felici dell’universo Web 2.0 è “The power of us” (il potere di “noi”), uno scenario in cui la dimensione collettiva, dal punto di vista della produzione di

valore, è polidirezionale: tutti sono o possono essere autori, co-autori, revisori e fruitori allo stesso tempo. [...] Con il boom del Web 2.0 si è evidenziato il successo – più fattuale che mediatico – del cosiddetto UGC (User Generated Content)², cioè i contenuti creati dagli utenti. Per questo fenomeno, che vede i navigatori della Rete protagonisti e produttori di contenuto e non solo fruitori passivi, è stata coniata l'espressione “read-write Web”: uno spazio universale in cui non c'è più distinzione di ruolo tra chi legge e chi scrive e in cui chiunque, attraverso numerosi mezzi, può partecipare con i propri contenuti alla “grande conversazione” online [Marcellin et al., 2007, 16].

Dunque, nello scenario determinato dal Web 2.0 tutto ruota attorno all'Utente, secondo precisi valori di cruciale importanza:

- **La fiducia.** L'individuo tende a farsi delle opinioni, ad assumere delle decisioni e ad operare delle scelte sulla base dei consigli e delle istruzioni provenienti da fonti anonime o da utenti sconosciuti. Nell'e-commerce un caso emblematico è rappresentato dal sistema di feedback messo a punto da Ebay. Si tratta in pratica di un meccanismo di auto-valutazione attraverso cui, alla conclusione dell'asta, i partecipanti si scambiano dei punteggi e dei commenti pubblici sul rispettivo operato. Nelle aste successive, punteggi e commenti diventano visibili a tutti gli altri utenti, che trovano così una valutazione della serietà e dell'affidabilità di ogni *ebayer*. Spesso chi è inaffidabile viene progressivamente emarginato dalla comunità, poiché considerato un potenziale sabotatore del rapporto fiduciario tra venditore ed offerente. Altri esempi di come la fiducia nell'Altro possa guidare il comportamento del singolo sono offerti da due famosi portali, quali Kelkoo³ e Ciao⁴. Entrambi i progetti basano il loro successo sulla collaborazione spontanea di migliaia di utenti, disposti a contribuire con voti, giudizi e recensioni su ogni genere merceologico esistente. In questo modo, ognuno dei due siti è riuscito a creare un vastissimo database, grazie al quale è possibile confrontare i prezzi di oggetti simili, cercare il negozio più vicino a casa propria o consultare i dati di un particolare prodotto. La formula vincente sta nel fatto che le informazioni e i

² La definizione “contenuto generato dagli utenti” (User Generated Content) è nata nel 2005 negli ambienti del web publishing e dei new media per indicare il materiale disponibile sul web prodotto da utenti, invece che da società specializzate. Indica la democratizzazione della produzione di contenuti multimediali, resa possibile dalla diffusione di soluzioni hardware e software semplici e a basso costo.

³ <http://www.kelkoo.it>

⁴ <http://www.ciao.it>

suggerimenti non sono forniti da aziende o soggetti commerciali, ma da utenti che intendono semplicemente condividere le loro esperienze d'acquisto.

- **La credibilità.** Un'applicazione o un servizio è credibile se appare affidabile e se risulta conforme alle conoscenze e alle competenze possedute dall'utente, senza tradirne le aspettative in seguito all'esperienza diretta. Naturalmente, il fatto che altri utenti abbiano già testato e apprezzato una specifica risorsa può garantire una "credibilità di superficie", ma il fattore critico affinché un progetto Web 2.0 riesca ad ottenere un grande successo è la reputazione nel lungo periodo, legata alle valutazioni di fonti autorevoli per il soggetto (amici, colleghi, familiari). La credibilità si configura quindi come una qualità percepita che dipende sia dalle caratteristiche intrinseche di un determinato servizio (aggiornamento dei contenuti, accuratezza, facilità d'uso, autorevolezza, attendibilità), sia dalle testimonianze indirette raccolte in Rete. *Ad esempio, in Flickr⁵, quando l'utente carica sul sito le proprie foto, deve avere la ragionevole certezza che il servizio sarà accessibile anche in futuro e che le proprie risorse non andranno perse. Inoltre, l'utente deve essere sicuro che le restrizioni all'accesso che sceglie per ciascuna delle sue foto siano applicate efficacemente. L'utente può arrivare ad una valutazione positiva del servizio sia basandosi su prove dirette (ad esempio, verificando personalmente che le foto definite "private" non siano fruibili senza effettuare il login), sia valutando la popolarità del servizio all'interno della comunità degli utenti, sia assumendo la proprietà da parte di Yahoo come una garanzia della stabilità dell'applicazione [Marcellin et al., 2007, 15].*
- **Il controllo sociale.** La natura fortemente partecipativa e cooperativa di molte applicazioni Web 2.0 può costituire un rischio? Che grado di credibilità hanno i servizi nati da un approccio *bottom-up* alle tecnologie informatiche? La libertà e l'autoregolazione sono sufficienti a scongiurare l'anarchia nei progetti sviluppati da gruppi di semplici utenti? Questi interrogativi sono solo alcuni dei dubbi sollevati dagli scettici a proposito delle principali *web-application* "targate" Web 2.0 e mirano a mettere in risalto le debolezze di un sistema comunicativo e

⁵ <http://www.flickr.com>

sociale costruito esclusivamente sulla collaborazione, sulla condivisione e sulla fiducia nell'Altro. Tuttavia, come insegna la storia della Rete, gli individui si sono sempre imposti dei limiti che potessero garantire interazioni e relazioni costruttive. Non solo norme elaborate autonomamente e finalizzate a regolare lo scambio di informazioni, ma vere e proprie convenzioni non-scritte, divenute parte del DNA di Internet. E' grazie a questi standard convenzionali che la Rete non ha mai smesso di crescere e di migliorarsi, potendo contare sui più efficaci ed efficienti supervisor, vale a dire gli utenti. Nel Web 2.0, essi impongono il loro controllo informale praticamente su tutti gli ambienti virtuali, conformando il comportamento del singolo ad una condotta socialmente accettata e condivisa. Nel caso di Wikipedia⁶, la prima enciclopedia libera alimentata dai contributi di milioni di utenti in tutto il mondo, il controllo sociale si manifesta attraverso un particolare sistema gerarchico. *Nonostante una delle caratteristiche fondative di Wikipedia sia il fatto di essere aperta a chiunque, non tutti gli utenti sono uguali. Sul gradino più basso della gerarchia troviamo gli utenti anonimi, coloro che non hanno provveduto a registrarsi presso il sistema con un proprio username e una password. [...] Di fatto gli utenti anonimi non hanno un'identità stabile nel tempo e non è possibile ricostruire la storia dei loro contributi al progetto. Gli utenti registrati, al contrario, possiedono una pagina personale che mostra pubblicamente la cronologia dei loro interventi, la modifica o la creazione di pagine, la partecipazione alle discussioni e in generale tutta la vita pubblica all'interno della comunità. Ogni utente registrato costruisce la propria reputazione sulla base di questi dati, godendo spesso di una considerazione direttamente proporzionale al numero di edit. Gerarchicamente sopra i semplici utenti registrati troviamo gli amministratori, eletti attraverso un meccanismo piuttosto complesso [...] Il ruolo di amministratore, benché venga presentato come un ruolo di servizio sul quale gravano più doveri che diritti, prevede alcuni poteri esclusivi: in particolare quello di "proteggere" temporaneamente determinate pagine dalle modifiche e di bloccare o sbloccare l'attività di determinati utenti o indirizzi IP (si tratta di poteri esercitati in genere come difesa da atti vandalici sulle voci più sensibili dell'enciclopedia). La gerarchia prevede poi ulteriori ruoli di livello ancora più elevato (burocrati, steward,*

⁶ http://it.wikipedia.org/wiki/Pagina_principale

check user), ricoperti da un numero molto ristretto di individui [Paccagnella, 2007, 653-680]. Un sistema di controllo analogo è quello adottato da Youtube⁷, il più grande e famoso portale di *video sharing* presente in Rete. Considerata l'impossibilità di approntare dei filtri che operino preventivamente, censurando ogni eventuale violazione al regolamento interno, i gestori del sito si affidano ad un ristretto gruppo di amministratori e moderatori, incaricati di verificare le segnalazioni provenienti dalla community e di rimuovere (ed eventualmente segnalare alle forze dell'ordine) tutte le clip indesiderate, individuate fra le sette ore di materiale video postate ogni minuto su Youtube.

4.2 Dalle comunità ai reticoli sociali

La ricerca internazionale “Parola del Web – Come gli inserzionisti pubblicitari possono quantificare il fenomeno del social networking”, condotta da “Microsoft Digital Advertising Solutions” nel corso del 2007, illustra in modo molto significativo quale sia oggi lo scenario delineatosi attorno a questa particolare forma comunicativa e associativa, tipica del Web 2.0: *Si ritiene erroneamente che le persone utilizzino il social networking per stabilire contatti e incontri con possibili partner; in realtà solo il 20% indica la ricerca di un partner come principale motivo di utilizzo. In effetti, quasi il 60% degli europei usa i siti di social networking come strumento per facilitare le relazioni esistenti e mantenere il contatto con amici e familiari. Circa la metà degli intervistati dichiara di utilizzare tali ambienti per esprimere opinioni e punti di vista su argomenti d'interesse specifico, mentre il 47% li usa per approfondire relazioni con persone accomunate dai medesimi interessi*⁸.

Inoltre, secondo i dati emersi dall'indagine, in Europa il 37% delle donne frequenta quotidianamente i siti di social networking, gli uomini invece si attestano intorno al 27%. Ma l'aspetto più interessante riguarda le differenze che caratterizzano l'utilizzo dei social network da parte dei due sessi: le donne si sentono a proprio agio nel condividere on-line la loro sfera personale, sperano di fare nuove amicizie e sono desiderose di conoscere persone interessanti attraverso la rete di “amici degli amici”; mentre gli uomini tendono soprattutto a dare risposta

⁷ <http://it.youtube.com>

⁸ http://advertising.microsoft.com/italia/ResearchLibrary/ResearchLibrary.aspx?Adv_ResearchReportID=431

alle loro necessità, dedicandosi, ad esempio, alla ricerca di nuove opportunità di studio e di lavoro, o alla raccolta di informazioni utili su hobby, sport e altre passioni.

I social network o reticoli sociali non nascono come applicazioni innovative sviluppate appositamente per la Rete, ma devono la loro origine ad una felice metafora, elaborata sulla base della “sociologia formale” di Georg Simmel. Come giustamente ribadisce Chiara Rizzo all’interno della rubrica “La società della rete”, ospitata dalla webzine “Caffè Europa”: *L’idea di un universo sociale composto da reticoli di relazioni che legano tra loro individui, gruppi, imprese, organizzazioni e Stati, in un intreccio di rimandi senza fine, è entrata a far parte, negli ultimi anni, dell’immaginario collettivo. La crescente fortuna del concetto di rete (in inglese network) è probabilmente in sintonia con la rappresentazione, dominante nelle scienze sociali, delle trasformazioni che, a partire dalla seconda metà degli anni ‘70, hanno investito le società occidentali [...] Essa ci suggerisce un’idea di complessità sociale che include sia le relazioni formali e istituzionalizzate, sia le relazioni sociali meno visibili, più sfumate e informali, come pure gli intrecci tra le une e le altre*⁹.

Il social networking affonda le proprie radici nell’approccio teorico-metodologico della *network analysis*, elaborato in ambienti accademici anglosassoni nel secondo dopoguerra e incentrato su indagini e tecniche d’analisi di tipo quantitativo-relazionale. Si tratta di una prospettiva di studio basata non sulle caratteristiche e sugli attributi dei singoli soggetti, ma sui collegamenti, sui contatti e sui legami che caratterizzano un raggruppamento di persone o un insieme di organizzazioni più o meno complesse (famiglia, associazioni, società, nazioni) e che danno vita a relazioni di varia natura (amicizia, parentela, collaborazione, scambio di informazioni). La *social network analysis* consente di rappresentare graficamente una rete di rapporti sociali e di trasformare semplici dati numerici in concetti chiave (densità, inclusione, coesione, connettività, nodi), tali da offrire una visione strutturale di un gruppo di individui o di una vera e propria comunità.

Dunque, si può affermare che il concetto di social network sia stato estrapolato da un preciso modello d’analisi quantitativo e ricontestualizzato nel vasto e variegato panorama del Web 2.0, assumendo una veste del tutto inedita. Fra il 2003 e il 2008 sono nati infatti migliaia di siti e portali finalizzati a mettere in contatto persone connesse da ogni parte del mondo. Ed è in questa fase che il social networking è diventato una pratica comunicativa e relazionale molto diffusa e apprezzata dal popolo della Rete, favorita da percorsi d’accesso semplici ed intuitivi: generalmente basta registrarsi ad una specifica community, compilando un apposito

⁹ Tratto da: <http://www.caffeeuropa.it/socinrete/234network.html>

modulo per la profilazione-utente con una serie di informazioni basilari sulla propria identità (caratteristiche fisiche, occupazione, hobby, sport praticati, città di residenza, titolo di studio, musica preferita) e cominciare a tessere una vera e propria tela di rapporti, a seconda degli obiettivi e degli scopi personali.

LinkedIn¹⁰ è un esempio applicativo di social networking utilizzato per finalità di business. Con più di 6 milioni di utenti e 130 industrie registrate LinkedIn viene utilizzato per ricerche di personale, proposte di lavoro e di progetti. L'idea dietro a questa business community è la teoria dei six degrees, secondo la quale si potrebbe raggiungere una qualsiasi persona passando per non più di cinque persone che si conoscono a vicenda. LinkedIn però non si limita a mettere in contatto le persone ma, con il supporto di strumenti estremamente semplici ed efficaci, tiene traccia dei percorsi attraverso cui le persone possono raggiungersi e potenzia la rete di contatti che si viene a creare [Marcellin et al., 2007, 63].

Il social network appare, senza dubbio, uno strumento ideale per mettere in vetrina la propria personalità e le proprie capacità. Si tratta infatti di un canale privilegiato che permette all'utente di esprimere la propria individualità e di soddisfare, al tempo stesso, il bisogno di sentirsi parte integrante di una comunità. Circuiti quali MySpace¹¹ e Facebook¹² si reggono essenzialmente su dinamiche di questo tipo e alimentano un dialogo costante sia fra utenti già legati da interazioni e relazioni off-line, che fra utenti interconnessi esclusivamente on-line. Il risultato è la formazione di reticoli e cerchie sociali allargate, comprendenti individui che pur non avendo mai avuto modo di conoscersi, né di incontrarsi faccia-a-faccia, condividono interessi, opinioni ed emozioni.

La sempre crescente interazione ed interdipendenza fra reale e virtuale contribuisce a creare per l'individuo un nuovo ambiente sociale, caratterizzato dalla multiappartenenza a vari networks, fisici e non, che determinano la "comunità personale" di ogni individuo. [...] Internet e la multimedialità, finiscono col modificare profondamente l'interazione sociale tra gli individui. Attraverso le reti telematiche e la familiarità dell'umanità attuale con i vari mezzi di comunicazione, si avvera finalmente la profezia mcluhaniana del "villaggio globale": non nel senso che il mondo diventa un unico paese, bensì nel senso più modesto e concreto che il "villaggio" di riferimento di ognuno di noi può includere persone sparse su tutto il pianeta¹³.

¹⁰ <http://www.linkedin.com>

¹¹ <http://www.myspace.com>

¹² <http://www.facebook.com>

¹³ Tratto da: <http://www.caffeeuropa.it/socinrete/234network.html>

All'interno dei social network si sviluppano generalmente rapporti più deboli rispetto a quelli di una comunità territorialmente definita, ma con un elevato potenziale informativo e strumentale. Ciò è dovuto ad un modello di circolazione dell'informazione regolato da flussi multidirezionali e polifunzionali, che coinvolgono un numero crescente di persone e computer e che determinano una comunicazione segmentata e specializzata. Secondo la Rizzo, esiste perciò una dicotomia tra rapporti di tipo community e quelli di tipo network: *nella community individui eterogenei entrano in contatto e superano le tradizionali differenze ad un livello superiore che è quello del senso di appartenenza, da cui si sviluppano forme di supporto, di solidarietà e un legame affettivo molto forte del singolo con la comunità di cui è parte, mentre nella relazione network l'individuo entra in contatto solo con soggetti a lui affini per gusti e interessi, intrattiene con essi relazioni puramente strumentali, e ne può derivare il rischio di balcanizzazione*¹⁴.

Tali riflessioni, seppur in linea con le idee di grandi autori quali Wellman e Castells, rischiano però di non cogliere la realtà delle comunità on-line e degli stessi social network quali spazi di socializzazione in Rete, rifacendosi alla classica contrapposizione sociologica fra comunità tradizionali e comunità digitali. E' bene quindi superare questa prospettiva così ristretta e ambigua, soffermandosi piuttosto sui cambiamenti tecnologici e sociali che hanno progressivamente trasformato i gruppi basati sulla comunicazione mediata da computer in social network sempre più complessi e articolati.

Il fattore di assoluta centralità nell'evoluzione delle comunità on-line in spazi orientati al social networking è rappresentato dalla *stabilità identitaria* degli utenti. *L'interazione tra soggetti, sia essa collaborativa su lungo periodo o puramente occasionale, acquisisce una maggiore efficacia quanto più i partecipanti sono definiti come soggetti dotati di un'identità personale, cioè di un profilo distinguibile. Il requisito, quindi, consiste nel far socializzare identità e non semplici "nomi" on-line. La socialità, infatti, nasce dalla constatazione di esperienze, argomenti e tratti comuni: se questi non sono specificabili, è difficile che si sviluppino conversazioni e condivisioni tra utenti. [...] Gli utenti possono partecipare al gioco relazionale (e sono spinti a farlo) solo in presenza di precise "leve" identitarie. L'utente anonimo, privo di identità, è solitamente condannato al ruolo di "lurker", cioè di un utente passivo che osserva senza partecipare* [Marcellin et al., 2007, 32].

Altri aspetti che contribuiscono a riconfigurare le comunità in insiemi di nodi-utenti interconnessi in modo intermittente e attraverso legami dalla forza variabile sono certamente:

¹⁴ Tratto da: <http://www.caffeeuropa.it/socinrete/231izzo.html>

- Lo sviluppo di circuiti positivi basati sulla fiducia reciproca tra individui e sulla riduzione delle distanze sociali tra attori;
- La collaborazione relazionale e produttiva;
- La condivisione di specifici contenuti;
- L'adozione di sistemi valutativi come termometro dell'attività, delle qualità e delle passate interazioni del singolo;
- Un'organizzazione fluida, decentrata, orizzontale e policefala;
- L'incremento di rapporti dinamici all'interno di gruppi con *valori condivisi*;
- L'annullamento delle barriere tra rapporti on-line e off-line, con conseguente rimodellamento delle cerchie sociali dei soggetti coinvolti.

Per quanto riguarda l'ultimo punto, occorre sottolineare che mentre molti continuano a definire il Cyberspazio *un mondo a parte e irriducibilmente separato dal "mondo reale"*, la *network analysis* parla invece di *multiplex relationship* proprio per indicare la qualità complessa e articolata dei legami sociali attuali, confermata dalle ricerche che evidenziano l'integrazione della CMC con altri mezzi di comunicazione. Questi studi mostrano come relazioni on-line e relazioni off-line siano sistemi intercomunicanti: in generale, le persone che si conoscono e diventano amiche via rete finiscono spesso per incontrarsi anche faccia a faccia e per tenersi in contatto tramite mezzi di comunicazione tradizionali come la posta o il telefono [Paccagnella, 2000, 148].

Lamoneta.it sembra sintetizzare alla perfezione il concetto di comunità on-line nell'Era del Web 2.0. Il sito costituisce infatti un modello molto particolare di portale tematico, aperto di fatto al social networking attraverso un mix di canali comunicativi (Forum, Chat ed MP) e una serie di ambiziosi progetti (Lamonetapedia, Numisbay, Cataloghi fotografici e Manuali), dedicati alla numismatica e sviluppati in modo cooperativo dagli stessi utenti. Non è dunque un caso che Lamoneta.it si autodefinisca sin dalle sue origini un "Network di Numismatica e Storia", ma è pur vero che il sito ha assunto la sua attuale conformazione solo nel corso del tempo, associando ad una connaturata vocazione informativa, incentrata sulla condivisione di notizie ed idee sul mondo delle monete, una preziosa attività di promozione e divulgazione della scienza numismatica, legata al contributo attivo dei *lamonetiani*.

Lamoneta.it rappresenta, inoltre, un autentico punto d'incontro fra dimensione on-line e realtà off-line. Come dimostrano infatti le diverse iniziative promosse in questi ultimi anni, la

comunità ambisce ad assumere una funzione di raccordo tra collezionisti, studiosi e semplici appassionati, attraverso la Rete e in occasione di grandi manifestazioni ed eventi dedicati alla numismatica. Vanno lette in quest'ottica sia l'organizzazione della mostra "Il volto del potere: ascesa e declino di un Impero", tenutasi a Vinovo da aprile a giugno 2007 e in concomitanza della quale è stato indetto il primo raduno ufficiale dei *lamonetiani*, sia l'idea di creare un circuito digitale che, per mezzo del Forum di Lamoneta.it, permetta di coordinare tutti i circoli numismatici d'Italia, in modo da realizzare una perfetta fusione tra l'esperienza degli iscritti alle varie associazioni e le potenzialità comunicative di Internet.

4.3 I "progetti aperti" di Lamoneta.it

In una celebre canzone scritta nel 1972, Giorgio Gaber sosteneva che "la libertà non è uno spazio libero; libertà è partecipazione"¹⁵. Un concetto apparentemente forzato per definire una realtà quale Lamoneta.it, ma estremamente significativo nel descriverne l'etica di fondo e le peculiarità comunicative e sociali. Lamoneta.it nasce come comunità libera, non nel voler dar vita ad un'aggregazione deregolamentata o destrutturata, ma privilegiando il gruppo e gli utenti, senza imporre loro una linea editoriale che possa indirizzare o condizionare il dibattito. La libertà va intesa, inoltre, come la possibilità per ciascun *lamonetiano* di prendere parte ad uno dei tanti progetti sviluppati dal sito, grazie ad un modello di gestione e di organizzazione delle risorse numismatiche basato sulla *partecipazione collaborativa*.

Il principio del "partecipare collaborando" è insito nel DNA di Lamoneta.it sin dal suo esordio in Rete. Una prima testimonianza di sostegno attivo e concreto da parte degli utenti si registra nel 2005 con il lancio della "campagna di donazioni". L'iniziativa venne promossa dagli ideatori e dai responsabili del sito, per spingere i membri della comunità a contribuire con offerte facoltative alle spese per il mantenimento e il continuo potenziamento dello spazio a disposizione. L'idea fu subito accolta favorevolmente dai *lamonetiani* e molti decisero di effettuare un versamento per aiutare lo staff ad affrontare i costi di gestione. Prese così il via un programma annuale, denominato "Lamoneta Supporter", giunto oggi alla quarta edizione e sostenuto da un numero crescente di piccoli finanziatori, cui viene assegnato un apposito logo di riconoscimento per il contributo economico offerto al sito.

¹⁵ Il testo integrale della canzone è consultabile all'indirizzo: <http://www.italianissima.net/testi/laliberta.htm>.

Questa forma di autofinanziamento adottata dalla comunità dei *lamonetiani* è risultata indubbiamente una scelta vincente nel lungo periodo, ma soprattutto è servita ad evidenziare la propensione del gruppo a percepirsi come tale e ad impegnarsi per il raggiungimento di uno scopo comune: la crescita e il miglioramento di Lamoneta.it. E' facendo leva su questo spirito comunitario e sulla *partecipazione collaborativa* che un semplice portale interattivo, dedicato alla numismatica e al collezionismo, è diventato in appena un triennio un caso emblematico di network relazionale, basato sulla condivisione di un bene collettivo (la comunità e i suoi riti) e sulla produzione cooperativa di un sapere specialistico, messo liberamente in circolazione e aperto ai contributi di tutti gli utenti. Sono nati così diversi "contenitori", creati parallelamente a Lamoneta.it e destinati ad ospitare informazioni e risorse di vario genere, che hanno reso il sito un vero e proprio laboratorio culturale.

Un esempio lampante di come la comunità *lamonetiana* si sia progressivamente evoluta, trasformandosi da semplice aggregazione di individui comunicanti, in un'autentica galassia di relazioni complesse e trasversali (comprendenti interazioni on-line e rapporti off-line) e infine assumendo la struttura di un reticolo sociale orientato alla condivisione costruttiva di legami e contenuti, è senza dubbio il progetto di Lamonetapedia, la prima enciclopedia libera del web interamente dedicata alla numismatica. *L'obiettivo principale di Lamonetapedia.it è rendere disponibile informazioni di storia e numismatica che siano specifiche per il collezionismo e continuamente aggiornate e integrate dai visitatori. Lamonetapedia vuole anche essere un punto di raccolta per l'accesso ad altre risorse del web, mediante la sua collezione di link*¹⁶.

La filosofia di Lamonetapedia è naturalmente la stessa che anima la più nota Wikipedia. L'enciclopedia *lamonetiana* sfrutta infatti uno strumento di creazione collaborativa, ovvero un "software wiki", accessibile tramite un comune web browser e che permette ad un gruppo di autori di sviluppare insieme un sito "multi-a-molti". *I wiki possono essere letti e modificati da chiunque sul web pubblico, oppure possono essere privati, sviluppati cioè per favorire la collaborazione all'interno di un piccolo gruppo di persone che si conoscono. Si possono usare anche in forma ibrida, per favorire uno sviluppo collaborativo "back-end" di un sito web che può essere soltanto letto da pubblico; in questo caso, la risorsa è un wiki per i suoi autori, ma un normale sito web per i suoi lettori* [Klobas, 2007, 6].

La strategia di Lamonetapedia prevede che solo gli utenti iscritti¹⁷ abbiano l'opportunità di aggiungere nuovi articoli o modificare i testi già esistenti. Si tratta evidentemente di una

¹⁶ Tratto da: <http://www.lamonetapedia.it/index.php/Lamonetapedia:About>

¹⁷ Non si può accedere a Lamonetapedia con l'account già utilizzato per il Forum e la Chat di Lamoneta.it, ma è necessaria un'ulteriore registrazione.

scelta mirata, dovuta al timore che atti di vandalismo da parte di navigatori anonimi possano danneggiare il prezioso lavoro svolto. Sebbene esistano dei meccanismi di archiviazione che consentano di non perdere irrimediabilmente le pagine elaborate e pubblicate correttamente, la registrazione funge da filtro e scoraggia l'azione di eventuali sabotatori. I contenuti inseriti su Lamonetapedia sono coperti dalla "GNU Free Documentation License"¹⁸. *Tutte le voci dell'enciclopedia possono quindi essere liberamente copiate ed è possibile riprodurre una o più voci, modificarle a piacimento e renderle parte di un'opera derivata (per esempio un saggio o una monografia), con l'unico vincolo di rilasciare quest'ultima sotto le medesime condizioni* [Paccagnella, 2007, 653-680]. L'unica vera limitazione imposta agli utenti riguarda il divieto di pubblicare del materiale protetto da Copyright. In casi del genere, le informazioni prelevate da altre opere o altri siti vengono cancellate dai responsabili del progetto e possono essere reinserite solo se riscritte dagli autori, parafrasando la fonte.

I wiki sono un'applicazione tipica del Web 2.0 e costituiscono spazi per la costruzione sociale della conoscenza, non solo grazie alla creazione collaborativa di contenuti, ma in virtù di un approccio comunitario alla condivisione del sapere. L'uso di questa particolare tipologia di *social software* rende i siti wiki simili a delle colonie di "insetti sociali", come le api o le formiche. Questi insetti non si limitano a formare delle semplici aggregazioni, dovute alla convergenza verso un bisogno comune, ma sviluppano delle forme sociali complesse, basate sulla suddivisione dei compiti e dei ruoli e sulle caratteristiche di ciascun esemplare. Inoltre, un'efficiente organizzazione interna permette a tali comunità di coordinare il comportamento e l'azione dei singoli, in funzione di un bene collettivo. Analogamente, l'economia di un wiki dipende dalla *partecipazione collaborativa* di un insieme di individui, disposti a produrre e a condividere delle risorse, e dalla presenza di un'organizzazione gerarchica che riesca, tramite meccanismi di controllo formalizzati, a gestire tutte le criticità emergenti.

Precisione, portata e profondità sono le tre potenziali qualità delle risorse create in modo collaborativo. Quando molti occhi leggono ed esaminano lo stesso materiale, possono individuare e correggere più errori di quanto possa fare un solo autore. Insieme, un gruppo di autori ha maggiori conoscenze rispetto a un solo individuo e una risorsa creata collettivamente può, quindi, coprire più argomenti o più aspetti di uno stesso argomento rispetto a una risorsa sviluppata da una persona che lavora da sola. [...] Tuttavia, i wiki non sempre riescono a essere all'altezza del loro potenziale. Precisione, portata e profondità si possono ottenere solo se gli autori hanno esperienza negli argomenti dei quali stanno

¹⁸ <http://www.gnu.org/copyleft/fdl.html>

scrivendo e la buona volontà di collaborare nello spirito della comunità wiki alla quale hanno aderito [Klobas, 2007, 32].

I problemi collegati all'accuratezza e all'affidabilità delle risorse sviluppate per mezzo di un software wiki sono emersi in maniera eclatante nell'autunno del 2005, in seguito ad un grave episodio di falsificazione, registratosi all'interno della versione inglese di Wikipedia. Sotto i riflettori è finito il caso del giornalista americano John Seigenthaler, la cui biografia è stata vandalizzata. *L'episodio ha suscitato accese discussioni circa la capacità della comunità di Wikipedia di tenere sotto controllo l'evoluzione dell'enciclopedia al crescere esponenziale della notorietà del progetto e del numero di utenti occasionali che, in buona o in cattiva fede, contribuiscono a modificarlo [...] con un intervento unilaterale e sottratto alla discussione collettiva, Jimbo Wales, fondatore di Wikipedia, presidente del consiglio direttivo di Wikimedia Foundation [...] decise di adottare una nuova policy (tuttora in vigore) in base alla quale su Wikipedia in lingua inglese veniva impedita agli utenti anonimi (cioè non registrati) la creazione di nuove voci. Richiese inoltre l'implementazione nel software wiki di nuove funzionalità di controllo riservate ad alcune decine di amministratori esperti nominati direttamente da lui. [...] Al momento di assumere rapidamente decisioni cruciali, insomma, Wikipedia si è rivelata tutt'altro che orizzontale o democratica, smentendo con questo non tanto il modo in cui essa presenta se stessa, quanto piuttosto le immagini entusiaste e ingenuie con cui viene rappresentata dalle letture esterne più comuni [Paccagnella, 2007, 653-680].*

A riabilitare l'immagine di Wikipedia è stato uno studio pubblicato nel dicembre del 2005 dalla rivista scientifica "Nature". L'indagine, realizzata comparando alcune definizioni riportate da Wikipedia con quelle della prestigiosa "Enciclopedia Britannica", ha rivelato una differenza minima nel numero di errori presenti nelle due enciclopedie (sull'edizione inglese di Wikipedia sono stati riscontrati in media 4 errori per voce, contro i 3 della Britannica). *Tuttavia, molti articoli di Wikipedia sono stati ritenuti peggio strutturati e meno leggibili rispetto a quelli della Britannica, forse come conseguenza della "scrittura collettiva" [Klobas, 2007, 17].*

Anche l'edizione italiana di Wikipedia è stata sottoposta ad un curioso test da parte del settimanale "L'espresso". L'esperimento, condotto tra dicembre 2005 e gennaio 2006, è stato realizzato inserendo quattro errori in altrettante voci dell'enciclopedia (Alvaro Recoba, Ugo Foscolo, Giovanni Spadolini, Georg Hegel) e creando una nuova voce dedicata all'inesistente poeta Carlo Zamolli¹⁹. La scheda di Alvaro Recoba è stata corretta in appena un'ora, la

¹⁹ http://it.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Scherzi_e_STUBidaggini/Carlo_Zamolli

biografia di Hegel dopo dieci giorni; mentre le altre due definizioni alterate e la pagina di fantasia sono state modificate soltanto dopo l'uscita del settimanale nelle edicole.

Nel caso specifico di Lamonetapedia, sono state diverse le critiche mosse al progetto dai settori tradizionali della numismatica. Alcuni osservatori hanno stigmatizzato l'assenza di una vera autorità centrale, in grado di controllare efficacemente le varie voci inserite. Sotto accusa è finita la poca accuratezza del contenuto sviluppato dagli utenti e la "pericolosa opportunità" concessa a qualsiasi *lamonetiano* di diventare un lettore-collaboratore attivo, pur non avendo nessun titolo per scrivere degli articoli scientifici o elaborare delle definizioni enciclopediche riguardanti la numismatica. Inoltre, ha sollevato delle perplessità la struttura tecnica e grafica (scelta ricalcando fedelmente il modello²⁰ di Wikipedia), considerata una soluzione non adatta a condividere delle informazioni in Rete e indicata come una delle principali cause dello stato di perenne provvisorietà che caratterizza il progetto.

Uno dei giudizi più negativi su Lamonetapedia fu formulato dalla rivista specializzata "Cronaca Numismatica" sul numero di novembre del 2005. Sebbene il progetto fosse allora nella sua fase iniziale, l'articolo scritto da Roberto Manganelli e ospitato all'interno della rubrica "Monete nella Rete", suonò quasi come una bocciatura: *Wikipedia ha avuto un tale successo che sono spuntati suoi cloni un po' dappertutto. Tra questi ultimi ne segnaliamo uno italiano dedicato alla numismatica, anche se la segnalazione non può essere, purtroppo, del tutto positiva. Il sito, che si chiama Lamonetapedia [...] riprende, in maniera pressoché identica per struttura e contenuti, sia i layout di pagina, sia i lemmi di Wikipedia dedicati a monete, medaglie, banconote e dintorni. E anche se i contenuti di Wikipedia sono liberi, una loro clonazione in maniera così evidente non sembra la cosa migliore che potesse essere realizzata: meglio sarebbe stato aprire un gruppo di studio che elaborasse i lemmi ex-novo senza limitarsi ad integrare quelli esistenti, magari con quel pizzico di documentazione e di rigore scientifico in più che non guastano mai*²¹.

A tre anni di distanza da quei commenti così duri, Lamonetapedia può senz'altro essere considerata una "sorella minore" di Wikipedia, ma con un'immagine ben definita e un taglio divulgativo che la rendono diversa dal portale numismatico di Wikipedia e da altri siti simili. Naturalmente, è difficile pensare che Lamonetapedia possa competere con la più famosa e utilizzata enciclopedia del web, per quanto riguarda la mole di pagine pubblicate, il numero di utenti impegnati attivamente nel costante processo di scrittura e di revisione dei testi o la

²⁰ Wikipedia sfrutta un *free software wiki* chiamato MediaWiki, originariamente ideato per sviluppare Wikipedia ma successivamente adottato da molti altri progetti no-profit.

²¹ Tratto dal n. 180 della rivista "Cronaca Numismatica": <http://www.cronacanumismatica.it/arretrato.php?id=50>

minuziosità delle informazioni proposte. Tuttavia, il progetto *lamonetiano* ha trovato una propria collocazione nel panorama della *webnumismatica* italiana, ponendosi come strumento alternativo per l'approfondimento, lo studio e la diffusione dei principali temi concernenti il collezionismo e le monete.

L'unicità di Lamonetapedia dipende dal fatto di non essere un'enciclopedia specialistica compilata da esperti e rivolta ad un pubblico elitario, ma di configurarsi come un deposito di conoscenze numismatiche costruito dal basso, indirizzato ad un target eterogeneo e gestito da una comunità consolidata come Lamoneta.it. Grazie a queste sue peculiarità, Lamonetapedia ha saputo conquistare la fiducia degli utenti, riuscendo a coinvolgere oltre 300²² collaboratori, e sviluppando un database contenente più di 2500 pagine, fra discussioni ("talk"), testi esigui ("stub") e articoli veri e propri. Mentre una snella struttura organizzativa, composta da 12 *sysop* (operatori di sistema) e un *bureaucrat* (amministratore), sembra garantire un adeguato controllo sulla completezza e sull'attendibilità delle varie voci redatte.

La *partecipazione collaborativa* degli utenti, sulla quale scommettono Lamonetapedia e Wikipedia, non costituisce una novità assoluta per la Rete, ma ricalca gli schemi e lo spirito che da sempre hanno contraddistinto lo *sviluppo condiviso* del *software libero*, vale a dire la possibilità di portare a termine un progetto di enorme complessità, facendo affidamento sul supporto di individui interconnessi.

In un celebre saggio²³ del 1997 Raymond affronta la contrapposizione tra lo sviluppo del *software proprietario* e quello del *software libero*, mettendo in evidenza le dissonanze fra i due approcci e teorizzando l'esistenza di "modelli di sviluppo" antitetici:

- Nel "modello a cattedrale" il programma viene realizzato da un numero limitato di esperti, che scrivono il codice in quasi totale isolamento. Il progetto ha infatti una suddivisione gerarchica molto precisa e ogni sviluppatore svolge il proprio compito indipendentemente dal lavoro degli altri. Inoltre, le varie revisioni si susseguono con relativa lentezza e vengono distribuite soltanto delle versioni già complete del software e possibilmente prive di *bug*²⁴. Il "modello a cattedrale" è comunemente adottato dalle aziende commerciali, che non rilasciano il codice

²² Dati aggiornati a marzo 2008.

²³ Il saggio al quale si fa riferimento è "The Cathedral and the Bazaar" di Eric Raymond. Una traduzione italiana curata da Bernardo Parrella è consultabile all'indirizzo: <http://www.apogeeonline.com/openpress/cathedral>.

²⁴ Letteralmente significa cimice. E' un errore o un difetto di programmazione contenuto in un codice software, che può provocare il malfunzionamento del programma.

sorgente dei loro prodotti e possono impiegare anche degli anni nella revisione di un singolo programma.

- Nel “modello a bazaar” il codice sorgente per lo sviluppo del software è messo a disposizione di tutti: gli utenti interagiscono liberamente con gli sviluppatori e possono modificare e migliorare il programma. Il processo di sviluppo è quindi decentralizzato e non esiste una rigida suddivisione dei compiti. Il “modello a bazaar” è tipico degli ambienti di sviluppo del *software libero* e garantisce un rapporto aperto e paritario tra utilizzatori e programmatori, ispirato alla “*Legge di Linus: dato un numero sufficiente di occhi, tutti i bug vengono a galla*”. Prima del successo di Linux si pensava che un progetto complesso richiedesse un’adeguata gestione e un coordinamento dall’alto per evitare un probabile collasso, dovuto alle moltissime revisioni e modifiche prodotte. Ma il progetto Linux è riuscito a dimostrare che un numero crescente di sviluppatori permette di individuare ed eliminare rapidamente la maggior parte dei *bug*, aumentando così la qualità e l’affidabilità del software.

Riprendendo le riflessioni di Eric Raymond, si potrebbe ipotizzare una contrapposizione analoga anche per ciò che concerne i modelli di diffusione del sapere numismatico in Italia. Nello specifico, il “modello a cattedrale” appare tipico di tutte quelle pubblicazioni (cataloghi, riviste specializzate e libri) che coinvolgono un gruppo relativamente ristretto di studiosi ed esperti, operando una netta separazione tra redattori e lettori e orientando l’attività editoriale verso obiettivi di natura commerciale. Mentre, il “modello a bazaar”, sposato da realtà come il portale numismatico di Wikipedia e Lamonetapedi, rappresenta una rivoluzionaria modalità di divulgazione e promozione della numismatica, aperta al contributo attivo di appassionati e collezionisti e incentrata sulla produzione di risorse culturali non protette dal diritto d’autore, condivisibili attraverso la Rete e perfezionabili da chiunque.

Ben lungi dall’essere un miracolo di cooperazione, pace e fratellanza, come qualche giornalista entusiasticamente li dipinge, i software wiki si confermano progetti estremamente interessanti grazie alla loro complessità e ai problemi che gli utenti si trovano ad affrontare nel parteciparvi. Riallacciandosi alla grande esperienza del *software libero* e del movimento *open source*, i wiki permettono di sperimentare il concetto di *open content*, che applica i principi di apertura e condivisione a “contenuti” di ogni tipo: testi letterari, testi scientifici, immagini, musica, film e così via [...] Un’ulteriore estensione del concetto conduce a parlare

più in generale di “open knowledge” come modello di organizzazione, gestione e diffusione della conoscenza nella società dell’informazione. Software libero e software proprietario, Wikipedia e Enciclopedia Britannica sono solo alcune delle modalità in cui si declina la contrapposizione tra un modello aperto e uno chiuso di gestione della conoscenza [Paccagnella, 2007, 653-680].

Wikipedia non è l’unica applicazione di successo del Web 2.0 ad aver rappresentato un punto di riferimento per i “progetti aperti” di Lamoneta.it. Strumenti come gli “Identificatori Istantanei”²⁵ o i “Cataloghi Fotografici”²⁶ sembrano ispirarsi infatti ad un modello di gestione e di condivisione delle immagini del tutto simile alla formula vincente introdotta da Flickr, il più famoso portale di *photo sharing*.

Flickr ha esordito in Rete con un servizio dalle potenzialità ridotte: la versione del 2005 si limitava ad offrire una funzione di “deposito fotografico” per i blogger, senza alcun sistema finalizzato alla “condivisione partecipata” di materiale fotografico. Ma nel corso del 2006, dopo un radicale restyling che ne ha migliorato l’interfaccia grafica e le modalità di gestione dei contenuti, il portale si è trasformato in una piattaforma per la raccolta, la pubblicazione e l’organizzazione tematica di milioni di immagini. Oggi Flickr ha assunto le dimensioni di un fenomeno di massa, consentendo a chiunque di registrarsi al sito e di caricare i propri scatti, correlati di titolo, breve descrizione e *tag*²⁷, all’interno di uno spazio personale che può essere strutturato come un album pubblico, oppure come una galleria privata accessibile soltanto agli utenti autorizzati dall’autore.

Essendo un sistema di blogging fotografico consente inoltre ai diversi utenti di commentare le fotografie creando di fatto interazione e partecipazione. Flickr offre inoltre la possibilità di sottoscrivere un feed, ottenendo così gli aggiornamenti apportati dagli utenti, sia a livello di post sia di commenti. [...] gli utenti registrati possono caricare le immagini all’interno del sistema e categorizzarle attraverso l’utilizzo di keywords, o tag. È proprio per la modalità di gestione di questi ultimi che Flickr viene considerato il primo esempio di utilizzo effettivo della folksonomia²⁸. Gli utenti hanno inoltre diverse modalità per categorizzare le proprie fotografie, tra cui quella definita “set”, ossia una galleria fotografica all’interno della quale far rientrare un insieme di foto definite dall’utente. Questo sistema di categorizzazione è più flessibile rispetto ai tradizionali sistemi a cartelle o

²⁵ <http://identificatori.lamoneta.it>

²⁶ <http://www.lamoneta.it/cataloghi.php>

²⁷ La tag è un’etichetta che si applica ai contenuti di un sito, mediante l’uso di una parola chiave.

²⁸ Si tratta di un neologismo derivante dal termine inglese folksonomy, che indica la classificazione cooperativa delle informazioni disponibili in Rete, attraverso apposite tag scelte dagli utenti.

directory: una fotografia può infatti appartenere a più set, a nessun set o a tutti. In questo senso i set di Flickr possono essere considerati una forma di categorizzazione basata sui metadati piuttosto che su di una rigida struttura gerarchica [Marcellin et al., 2007, 59-60].

I Cataloghi e gli Identificatori di Lamoneta.it ripercorrono in un certo senso la storia e l'evoluzione di Flickr. L'idea di creare un catalogo fotografico nasce casualmente durante una discussione, datata novembre 2004²⁹, all'interno della sezione "Proposte". Il progetto prevede la creazione di un'unica "Gallery" in cui raccogliere tutte le immagini postate dai *lamonetiani* in giro per il Forum, in modo da creare un vasto archivio fotografico raggiungibile con pochi click, liberamente consultabile e contenente esclusivamente gli scatti e le scannerizzazioni in possesso della comunità.

L'iniziativa viene lanciata ufficialmente nel dicembre del 2004, con la presentazione di una versione basilare del catalogo fotografico e con la pianificazione di una prima campagna per l'autofinanziamento. Nelle intenzioni di *Reficul*, amministratore di Lamoneta.it, *si tratta di un catalogo generale che spazia dalle monetazioni antiche a quelle di oggi. Forse il primo vero tentativo di catalogo universale on-line. Questo comporterà dei costi, ma cercheremo di autofinanziarci con la creazione di un associazione o qualcosa del genere, tutto con la massima trasparenza possibile. [...] Ricordo che noi non abbiamo al momento nessuna forma di pubblicità e nessun commerciante che ci "sponsorizza". Il progetto catalogo on-line andrà avanti solo se riusciremo a coprire tutte le spese. Nessuno vuole guadagnarci. E nessuno deve sentirsi obbligato a collaborare*³⁰.

Nella fase iniziale, gli utenti possono aderire al gruppo di lavoro per la realizzazione del catalogo fotografico con modalità diverse:

- *Socio sostenitore* - Versando una quota annuale pari a 20 € si aveva la possibilità di accedere a tutte le sezioni del catalogo, potendo addirittura usufruire di un apposito spazio per la pubblicazione della propria collezione.
- *Socio* - Versando una quota annuale pari a 10 €, si poteva accedere liberamente a tutte le sezioni del catalogo.
- *Semplice adesione* - Non era previsto nessun versamento, ma ciò permetteva di visualizzare soltanto le categorie alle quali si stava collaborando.
- *Mercenario* - Era previsto un compenso pari a 0,10 € per ogni scheda compilata, ma non si aveva il diritto di visualizzare le sezioni del catalogo.

²⁹ Topic consultabile all'indirizzo: <http://www.lamoneta.it/index.php?showtopic=910&hl=>

³⁰ Tratto da: <http://www.lamoneta.it/index.php?showtopic=1214&hl=>

La versione attuale dei Cataloghi di Lamoneta.it si differenzia notevolmente dalla prima bozza del progetto, non solo per ciò che concerne la struttura grafico-contenutistica scelta dai responsabili dopo una lunga fase di restyling ultimata nell'estate del 2007, ma soprattutto per una diversa impostazione nei confronti degli utenti. I Cataloghi sono stati progressivamente resi pubblici, eliminando quasi tutte le restrizioni imposte ai *non-lamonetiani*. Oggi chiunque può consultare liberamente l'intero archivio fotografico, senza dover essere registrato al sito e avendo addirittura la possibilità di inserire le proprie immagini in forma anonima. Inoltre, la raccolta di fondi per finanziare i Cataloghi e altre iniziative parallele di Lamoneta.it non viene più effettuata tramite il coinvolgimento diretto di *soci* e *soci sostenitori*, ma attraverso una più ampia "campagna di donazioni"³¹, alla quale si affianca il sostegno economico fornito da vari sponsor in cambio di banner pubblicitari ospitati dal sito.

Naturalmente, la nuova politica adottata da Lamoneta.it ha avuto delle conseguenze sia a livello tecnico-gestionale che dal punto di vista organizzativo e sociale. Offrire a qualunque utente la possibilità di contribuire, anche anonimamente, ad uno dei Cataloghi si è rivelata una strategia in linea con il principio della *partecipazione collaborativa*, ma allo stesso tempo ha comportato dei rischi e delle problematiche di una certa complessità. Per evitare infatti che il progetto si ingolfasse, a causa della crescente quantità di contenuti pubblicati e di un numero ristretto di coordinatori, è stato necessario formare un gruppo di amministratori, con compiti e poteri speciali, autorizzati a supervisionare, correggere o bloccare le modifiche apportate dagli utenti alle schede dei Cataloghi.

In questo modo, la *partecipazione collaborativa* viene regolata attraverso un sistema di filtraggio preventivo delle immagini e delle informazioni. Tutti i visitatori possono inserire le loro foto sul sito, ma solo gli amministratori hanno la facoltà di approvarne la pubblicazione e di confermarne la corretta collocazione all'interno del catalogo prescelto dall'utente. La figura dell'amministratore occupa quindi un ruolo di assoluta centralità nell'economia del progetto, ponendosi sul gradino più alto di una gerarchia piramidale che comprende:

- *Gli amministratori di primo livello*. Dispongono di un pannello di controllo con cui approvano la pubblicazione delle immagini caricate sul sito, spostano le foto da una pagina all'altra, gestiscono le schede dei Cataloghi, possono creare nuove categorie tematiche, con struttura *ad albero*, ed effettuare modifiche radicali (es. cancellazioni, correzioni, integrazioni) al database interno.

³¹ <http://www.lamoneta.it/index.php?showtopic=2342&st=0>

- *Gli amministratori di secondo livello.* Svolgono funzioni analoghe agli *admin* di primo livello, ma soltanto in alcuni specifici settori dei Cataloghi. Sono abilitati ad eliminare le immagini, a rimuovere le schede incomplete o errate, inserite nelle sezioni di loro competenza, e a convalidare i dati “sui passaggi in asta”³² di una moneta, compilati dagli utenti anonimi.
- *Gli utenti registrati.* Possono contribuire mettendo a disposizione le loro foto in formato JPG e corredando le immagini con una breve descrizione. Le fotografie vengono concesse al sito con una licenza d’uso scelta personalmente dall’utente al momento dell’upload del singolo file: *tutti i diritti riservati - in questo caso l’immagine caricata è utilizzabile esclusivamente sul catalogo e non può essere utilizzata da terzi; alcuni diritti riservati - l’immagine è riutilizzabile al di fuori del sito web anche con scopi commerciali, tuttavia va sempre segnalata l’origine dell’immagine; di pubblico dominio - selezionando questa casella, si concede l’utilizzo dell’immagine per qualunque scopo*³³. Oltre alle fotografie, gli iscritti hanno la possibilità di inserire all’interno dei cataloghi altre informazioni utili, riguardanti i prezzi di vendita raggiunti dalle singole monete nel corso delle principali aste on-line ed off-line. Tutti gli utenti che si registrano regolarmente ai Cataloghi, ma di fatto non contribuiscono attivamente al loro completamento non hanno comunque alcun diritto d’accesso al database³⁴ dei “passaggi in asta”. Infine, soltanto gli iscritti possono segnalare agli amministratori eventuali errori presenti in una scheda.
- *Gli utenti anonimi.* Possono collaborare al progetto, inviando immagini e dati sui “passaggi in asta” delle monete già catalogate, ma tutto il loro materiale deve essere necessariamente approvato da un amministratore di primo o di secondo livello, prima di poter essere reso pubblico.

Questo schema chiarisce molto bene quale sia il reale grado di “apertura” dei Cataloghi di Lamoneta.it. Il progetto ha richiesto nel corso del tempo l’adozione di soluzioni standard e

³² <http://www.lamoneta.it/index.php?showtopic=20553&hl=passaggi%20%20asta&st=0>

³³ Tratto da: <http://numismatica-italiana.lamoneta.it/istruzioni.php>

³⁴ <http://numismatica-italiana.lamoneta.it/csvpassaggipromo.php>

di accorgimenti che riuscissero a garantire un certo equilibrio tra il desiderio di condividere il sapere numismatico e la necessità che tali conoscenze fossero raccolte e organizzate da utenti effettivamente esperti in materia. Ciò non significa che attualmente solo un ristretto gruppo di “adepti” ha la possibilità di gestire in modo autoritario i contenuti delle schede, ma che la *partecipazione collaborativa* viene in qualche modo guidata dall’alto, per evitare che preziose risorse vengano disperse o non sfruttate appieno.

Tali riflessioni possono essere estese anche agli Identificatori istantanei di Lamoneta.it. Sebbene, questa particolare *utility* abbia finalità e caratteristiche diverse dai Cataloghi, l’idea di fondo rimane quella di conciliare la politica d’incentivazione alla partecipazione attiva con un’efficace strategia di gestione delle conoscenze condivise.

Gli Identificatori istantanei costituiscono un progetto parallelo ai Cataloghi e si ispirano agli “Instant Identifiers” adottati da importanti pubblicazioni cartacee a carattere numismatico, come lo “Standard Catalog of World Coins”. Si tratta di strumenti molto utili che consentono di riconoscere la provenienza, la datazione e le peculiarità di una moneta, attraverso una serie di immagini che mettono in risalto i dettagli principali del tondello metallico (stemmi, ritratti, simboli, iscrizioni, monogrammi e altre raffigurazioni).

Gli Identificatori *lamonetiani* sono comparsi in Rete nell’ottobre del 2005 e si basano su un archivio fotografico dinamico, sviluppato in PHP-SQL e noto col nome di “Coppermine³⁵ Photo Gallery”. Contrariamente ai Cataloghi, costituiti da migliaia di pagine ricche di notizie dettagliate, gli Identificatori si presentano con una struttura grafico-contenutistica molto più snella ed essenziale. Immagini e informazioni sono organizzate tramite gallerie fotografiche, suddivise per tema, per data d’inserimento, per numero di visite e per voti ricevuti. Ogni foto può appartenere a più *gallery*, grazie alla categorizzazione operata dagli stessi utenti e in virtù di meccanismi automatici di catalogazione (es. classifica delle immagini più votate). Appare quindi evidente un richiamo al già citato “modello a set”, introdotto e sperimentato da Flickr, così come risulta presa in prestito dal popolare portale di *photo sharing* anche l’opzione che permette di commentare i singoli scatti.

Non occorre essere iscritti al sito di Lamoneta.it per poter consultare gli Identificatori; per partecipare attivamente è invece necessaria un’ulteriore registrazione. L’aver un account offre diversi vantaggi: l’utente registrato ha la possibilità di inserire le proprie immagini negli album già esistenti o di costruire una nuova *gallery*, può lasciare un commento o votare una

³⁵ <http://coppermine-gallery.net>

foto, può modificare le etichette (tags) assegnate alle monete e può anche creare una propria collezione fotografica utilizzando la funzione “Immagini Preferite”.

Le potenzialità degli Identificatori istantanei sono dunque notevoli e vanno al di là della loro funzione primaria, ovvero l'immediato riconoscimento di una moneta. Tuttavia, i dati relativi al progetto suggeriscono una certa prudenza nella valutazione del coinvolgimento e dei risultati raggiunti. A due anni dal loro lancio, gli Identificatori vantano la presenza di 38 album e 613 immagini³⁶, ma analizzando più attentamente questi numeri si scopre che solo un ristretto gruppo di individui ha garantito un'adeguata collaborazione. Delle 613 foto inserite nelle varie categorie ben 598 (cioè oltre il 97,5%) sono state postate e curate dai primi dieci utenti più attivi di sempre. Inoltre, anche semplici strumenti partecipativi come il “voto” e i commenti associati alle immagini sembrano essere poco utilizzati dalla maggior parte dei visitatori, che evidentemente preferisce fruire del materiale disponibile sul sito, senza offrire un contributo, né condividere le proprie risorse. Nel caso specifico degli Identificatori, si nota quindi una *partecipazione collaborativa* piuttosto limitata, dovuta probabilmente allo scarso interesse degli utenti e ad una minore visibilità dell'iniziativa, rispetto a validi progetti come i Cataloghi e Lamonetapedia.

Un discorso a parte va fatto a proposito di altri due progetti di Lamoneta.it, vale a dire i Manuali e Numisbay. Nel primo caso si tratta di una raccolta di saggi, ricerche e guide redatte dagli utenti e pubblicate in un apposito spazio del sito³⁷, mentre Numisbay³⁸ si presenta come un autentico mercatino, caratterizzato da aste on-line fra *lamonetiani*. A differenza delle altre iniziative, precedentemente prese in esame, i Manuali e il Mercatino non sembrano orientati alla *partecipazione collaborativa* degli utenti, ma presuppongono il contributo della comunità per garantire un valido servizio.

I Manuali possono essere considerati una parte consistente della “biblioteca tematica” di Lamoneta.it, anche se la loro filosofia appare diametralmente opposta alla strategia adottata per lo sviluppo di Lamonetapedia. L'accesso in scrittura ai testi del *corpus lamonetiano* non si ottiene infatti con una semplice registrazione al sito, ma prevede una precisa pianificazione concordata con uno dei responsabili del progetto. Tutti gli utenti possono prendere parte alla realizzazione dell'opera, purché l'inserimento di lavori già completi o di articoli integrativi sia approvato dallo Staff di Lamoneta.it. Nel caso dei Manuali si è optato quindi per una duplice soluzione operativa: la fruibilità e la possibilità di condividere conoscenze numismatiche sono

³⁶ Dati aggiornati a marzo 2008.

³⁷ <http://manuali.lamoneta.it/MANUALI.html>

³⁸ <http://mercatino.lamoneta.it>

concesse a visitatori e frequentatori d'ogni tipo (chiunque può scaricare i contenuti in formato PDF, nonostante il materiale pubblicato sia protetto da Copyright); la partecipazione è offerta, invece, solo agli utenti seriamente interessati a portare avanti il progetto, collaborando a titolo gratuito, con passione e assiduità e senza cedere alla tentazione di un inutile, quanto dannoso, "copia-incolla" da altri siti. La *scrittura collaborativa* e la *circolazione del sapere* risultano dunque vincolati all'attività cooperativa e redazionale di un ristretto nucleo di esperti (e di profondi conoscitori della materia numismatica), ma tale "apertura parziale" dei Manuali ha comunque garantito un buon successo, coronato nel novembre del 2006 dalla pubblicazione de "Il libro dei Sigilli"³⁹ edito proprio da Lamoneta.it.

Di diversa natura rispetto ai vari progetti destinati alla creazione e alla condivisione del sapere numismatico appare senza dubbio il Mercatino. Numisbay, come è stato ribattezzato dai suoi stessi creatori, è un vero e proprio sottosito dedicato alla compravendita di monete e banconote. Il mercatino di Lamoneta.it si ispira a portali commerciali come Ebay e Delcampe, con cui condivide i meccanismi di funzionamento, le varie modalità di vendita e il sistema di feedback, ma si differenzia significativamente dai tradizionali siti d'aste per ciò che concerne le peculiarità dei *lamonetiani*, il costante controllo operato attraverso il Forum, finalizzato a scongiurare eventuali truffe, e l'azzeramento dei costi di commissione⁴⁰ per i servizi basilari legati alle transazioni.

Queste caratteristiche rendono Numisbay una realtà praticamente unica nel panorama della *webnumismatica* italiana, ideata sulla base dello spirito comunitario di Lamoneta.it per ricreare on-line una sorta di "mercatino di quartiere", in cui ogni abitante può acquistare con fiducia i prodotti messi in vendita dai "vicini di casa" o "barattare" due oggetti dello stesso valore⁴¹. Una formula vincente illustrata con chiarezza dall'amministratore Reficul: *Oltre ad essere un servizio gratuito, ciò che Numisbay.com può offrirvi in più, rispetto a molte altre aste on-line, è l'attento e costante controllo della merce posta in vendita da parte dei suoi utenti con la duplice garanzia per chi vende e per chi acquista di avere a che fare con persone di fiducia [...] Credo che lo scopo del mercatino sia quello di vendere e comprare tra*

³⁹ "Il libro dei Sigilli", scritto dal Prof. Giancarlo Turco, rappresenta la prima vera iniziativa editoriale realizzata da Lamoneta.it in qualità di "casa editrice". Il testo descrive la nascita e la diffusione del sigillo, analizzandone i molteplici significati, per mezzo di articoli, fotografie e tavole. L'opera viene distribuita attraverso il sito, mentre il ricavato finisce in uno speciale fondo cassa destinato a finanziare future pubblicazioni numismatiche.

⁴⁰ Il servizio base prevede una registrazione gratuita e inserzioni gratis per tutti gli oggetti messi all'asta senza alcuna evidenza, con una sola fotografia o con l'opzione "compralo subito", venduti cioè a prezzo fisso. Inoltre, non è prevista nessuna tariffa da pagare sul valore finale dell'oggetto. Gallerie, negozi e ulteriori opzioni sono invece a pagamento e servono a finanziare il mercatino stesso.

⁴¹ Su Numisbay il venditore può anche attivare un'opzione che permette di scambiare l'oggetto in asta con quello proposto da un eventuale acquirente.

*amici, meccanismi di protezione veri e propri non ci sono, ma non dovrebbero esserci nemmeno truffatori*⁴².

Naturalmente, anche su Numisbay possono nascere dei problemi o delle controversie tra venditori e acquirenti e nessuno può impedire ad utenti malintenzionati di registrarsi al sito, approfittando dell'offerta di un servizio gratuito, con l'obiettivo di raggirare i *lamonetiani* che agiscono in buona fede, ma si tratta di situazioni insolite, considerato il numero relativamente basso di iscritti (poco più di 500) e di aste mensili (in media 150) e l'utilizzo preventivo di una specifica sezione del Forum⁴³, destinata ad ospitare le segnalazioni di abusi e irregolarità nelle vendite in corso. Questa *supervisione cooperativa* sull'operato dei singoli permette alla comunità di individuare rapidamente gli intrusi e i truffatori, affidando agli amministratori il compito di espellere tutti gli utenti scorretti e di sospendere gli annunci e le aste non conformi al regolamento interno del Mercatino⁴⁴. Numisbay si presenta dunque come uno spazio ideale per una nuova forma di e-commerce, incentrata non tanto sul guadagno economico, quanto su un elevato grado di fiducia tra venditori e acquirenti appartenenti alla stessa comunità e legati da rapporti sedimentati nel tempo.

4.4 Forme di convergenza tra web e real life

Lamoneta.it nasce con l'obiettivo di dar vita ad una comunità on-line, in grado di mettere in comunicazione collezionisti, studiosi e appassionati connessi da ogni parte d'Italia. Una comunità che ha assunto progressivamente la configurazione di un network relazionale, basato su interazioni sincrone e asincrone e ispirato al principio della *partecipazione collaborativa* nella creazione e nella condivisione di risorse numismatiche. Queste peculiarità hanno reso Lamoneta.it un portale unico nel suo genere: un caso emblematico di come le potenzialità del Web 2.0 possano essere applicate ad un sito di numismatica. Ma Lamoneta.it non costituisce semplicemente un *cyberluogo*, dove migliaia di utenti possono incontrarsi, sviluppare rapporti e scambiare informazioni e conoscenze, bensì una realtà complessa che tende ad influenzare la socialità dei *lamonetiani*, riscrivendo i confini tra i contesti virtuali e quelli reali.

⁴² Tratto da: <http://www.lamoneta.it/index.php?showtopic=25505>.

⁴³ <http://www.lamoneta.it/index.php?s=63420fde379cfda0e50c92741af07789&showforum=45>

⁴⁴ http://mercatino.lamoneta.it/terms,page,content_pages

Le iniziative lanciate dal portale per promuovere e divulgare la numismatica off-line e per favorire esperienze d'incontro e di confronto che vadano al di là della comunicazione in Rete, sono piuttosto numerose e variegate. Un classico esempio è rappresentato dal fenomeno dei raduni. Si tratta di appuntamenti molto particolari (la cui formula ricorda i classici raduni organizzati dagli amanti di automobili e motociclette) che offrono agli utenti la possibilità di incontrarsi e di conoscersi dal vivo, senza il filtro di uno schermo o di un nickname. I raduni di Lamoneta.it hanno generalmente un carattere regionale, viste le difficoltà logistiche che comporta la programmazione di un evento nazionale che riesca a coinvolgere un'utenza geograficamente composita come quella dei *lamonetiani*, e si svolgono in occasione di grandi manifestazioni numismatiche, come le fiere, i convegni e le mostre-mercato.

L'organizzazione di un raduno regionale può essere proposta dagli utenti attraverso la sezione "Raduni e Iniziative" del Forum di Lamoneta.it. La procedura è semplice e consente a chiunque di promuovere o verificare la fattibilità di un incontro:

- Si comincia con l'apertura di un topic in cui si segnala un evento numismatico, fornendo una serie di informazioni utili (date, orari di apertura al pubblico, tipologia dell'evento, indicazioni su come raggiungere la località prestabilita) e sondando la disponibilità della comunità a partecipare ad un nuovo raduno.
- Si raccolgono le varie adesioni e si stila un programma di massima, col quale vengono indicati la data, l'orario e il luogo dell'appuntamento ed elencate le specifiche attività da poter realizzare nel corso del raduno stesso.
- Prima dell'incontro, è possibile utilizzare la Chat o le mail private per contattare i *lamonetiani* che hanno aderito all'iniziativa, inviando loro un proprio numero di cellulare o eventualmente un promemoria.
- Se il raduno viene confermato, ci si ritrova in occasione della manifestazione numismatica (muniti dell'apposito "cartellino ufficiale", messo a disposizione da Lamoneta.it), si scambiano liberamente idee ed opinioni ed è possibile interagire faccia-a-faccia con altri utenti della comunità.
- Alla fine dell'evento, è consuetudine postare sul Forum un resoconto dettagliato del raduno, pubblicando, se possibile, delle foto relative all'incontro.

Il primo raduno *lamonetiano* risale al novembre del 2004, in occasione della 49^a edizione del "Bophilex", mostra-mercato annuale organizzata dall'Associazione Numismatica

Bolognese presso il quartiere fieristico di Bologna. Fu un incontro molto informale, al quale presero parte soltanto tre utenti del Forum, ma che ebbe il grande merito di inaugurare una diversa forma di aggregazione, non limitata esclusivamente alle interazioni on-line e che fu presto sperimentata con successo in altre città (Torino, Genova, Napoli, Vicenza, ecc.). Il vero salto di qualità arrivò però un anno dopo, col raduno tenutosi in concomitanza della 104^a edizione di “Veronafil”. L’evento coinvolse decine di *lamonetiani* e rappresentò un vero e proprio banco di prova per l’intera comunità. Per la prima volta dalla nascita del sito, utenti provenienti da ogni parte d’Italia ebbero l’opportunità di radunarsi a Verona, superando le “barriere telematiche” e sperimentando un nuovo modo di relazionarsi ad altri collezionisti, dentro e fuori Lamoneta.it.

Il raduno di Verona è diventato oggi un appuntamento fisso per tutti i *lamonetiani* e prevede due incontri annuali, a fine maggio e a fine novembre, mesi nei quali si svolge questo importante convegno numismatico. Ma “Veronafil” non è l’unica manifestazione nazionale ad aver ospitato una tappa del *tour lamonetiano*. Il calendario degli eventi rivolti agli amanti delle monete, nei quali si segnala la presenza di almeno un piccolo gruppo di utenti, si è arricchito negli ultimi anni di numerose date e località, finendo per comprendere quasi tutte le principali fiere e mostre-mercato del settore.

Un caso del tutto eccezionale, rispetto ai raduni organizzati fra il 2005 e il 2008, appare indubbiamente l’incontro presso il Castello di Vinovo, che ha avuto luogo nel maggio del 2007. Il raduno, inserito nell’ambito della mostra⁴⁵ storico-numismatica “Il volto del potere: ascesa e declino di un Impero”, realizzata dal Comune di Vinovo con la collaborazione di Lamoneta.it e del “Circolo Numismatico Torinese”, ha rappresentato un evento di cruciale importanza non solo per aver consentito a molti collezionisti di esporre al pubblico le proprie monete, ma soprattutto per aver favorito l’approfondimento di diversi temi numismatici, con dibattiti e seminari sulla monetazione dell’Impero Romano che hanno visto la partecipazione di numerosi esperti, studiosi e semplici appassionati.

I raduni non sono l’unico tentativo di promuovere e divulgare la numismatica oltre i confini del Cyberspazio; la comunità ha infatti cercato di percorrere strade alternative, che permettessero di trovare un punto di contatto fra il mondo virtuale dei *lamonetiani* e quello reale dei collezionisti. La risposta a questo bisogno relazionale è stata la creazione del “Punto Informativo” di Lamoneta.it, pensato come un “banchetto itinerante” dalla duplice finalità: fare da tramite fra gli utenti, in modo da consentire loro di incontrarsi e conoscersi, e

⁴⁵ Pagina di Lamoneta.it dedicata alla mostra di Vinovo: <http://eventi.lamoneta.it/Voltodelpotere.html>.

pubblicizzare il portale, coinvolgendo quelle fasce di esperti ed appassionati in possesso di una grande cultura numismatica, ma escluse dai progetti del portale a causa della scarsa familiarità con Internet e con l'informatica.

Il “Punto Informativo” nasce nel novembre del 2005 da un’idea di *Centurioneamico* ed è un banco itinerante che si può trovare in giro per i principali convegni del Nord Italia ed i principali mercatini di antiquariato del Piemonte. Il Punto Informativo è stato pensato per fare incontrare dal vivo tutti i forumisti iscritti al Forum, approfittando di tutte quelle manifestazioni pubbliche che permettono di avvicinarsi fisicamente alla comune passione numismatica. Inoltre, il Punto è lo strumento per fare pubblicità verso quei collezionisti che ancora non conoscono il Forum e che possono così venirne a conoscenza. Il Punto Informativo funziona anche da tramite per le comunicazioni all’amministrazione del Forum, come punto di diffusione dei gadget ideati da *Lamoneta.it* e come punto di riscossione delle donazioni pro-Forum⁴⁶.

Attualmente, esiste un solo “Punto Informativo”, attivo soprattutto in Piemonte e in occasione delle più importanti manifestazioni numismatiche a carattere nazionale, come i convegni di Verona o di Genova, ma il progetto prevede che in futuro nuovi “banchetti itineranti” possano essere creati in altre regioni italiane. L’idea è quella di costruire una vasta rete di punti informativi territoriali che faccia da collante fra la comunità dei *lamonetiani* e l’universo della numismatica italiana: una vera e propria missione, aperta al contributo di tutti e senza alcuno scopo di lucro.

Tuttavia, va sottolineato che a quasi tre anni dal lancio del primo “Punto Informativo”, pur suscitando entusiasmi e consensi, l’iniziativa non è riuscita ad attecchire in altre zone d’Italia, a dimostrazione di come sia difficile riuscire a coinvolgere gli utenti di *Lamoneta.it* nella realizzazione di un progetto ambizioso, ma certamente impegnativo, che richiede un investimento in termini di risorse individuali, di disponibilità nei confronti del gruppo e di tempo da dedicare alla promozione del sito.

A completare il quadro dei progetti paralleli alle attività del portale on-line è l’iniziativa dei “Circoli Numismatici” di *Lamoneta.it*. L’idea nasce nell’ambito di un seminario sul rapporto tra web e numismatica, organizzato in occasione della già citata mostra di Vinovo, e ruota attorno ad un obiettivo particolarmente ambizioso, illustrato da *Centurioneamico* in un’intervista rilasciata alla rivista specializzata “Cronaca Numismatica”: *un progetto che ci sta molto a cuore è la fusione tra il collezionismo su Internet e i tradizionali circoli*

⁴⁶ Tratto da: <http://www.lamoneta.it/index.php?showtopic=11017>.

numismatici. Questo perché credo sia Internet il futuro per chi vuole collezionare, certo del fatto che però nulla può sostituire l'esperienza dei collezionisti che ci hanno preceduto ed insegnato e il contatto umano. Il progetto è arduo ma penso sia realizzabile, con il tempo e tanta collaborazione. L'idea è di portare su un unico portale (Lamoneta) gratuitamente tutti i circoli italiani, con un loro esponente (giovane) che faccia da tramite. In questo modo, tramite Internet, potranno entrare in contatto fra loro i circoli e le associazioni di tutta Italia scambiandosi materiale, aiuto e collaborazione. In cambio Lamoneta chiede collaborazione per l'allestimento di eventuali mostre (come è avvenuto a Vinovo grazie alla collaborazione dell'Associazione Taurinense) e la pubblicazione, di tanto in tanto, di studi o ricerche portati avanti da iscritti ai vari circoli⁴⁷.

Dunque, si tratta del tentativo di dar vita ad un connubio fra antiche e solide istituzioni numismatiche, come i circoli cittadini presenti su tutto il territorio nazionale, e le enormi potenzialità del Forum di Lamoneta.it. Una simbiosi che potrebbe dare grande visibilità e vitalità ai singoli circoli, ma che allo stesso tempo potrebbe rilanciare l'immagine preconcepita di Internet, quale luogo poco adatto allo studio e all'approfondimento di temi numismatici. La Rete può quindi aiutare i circoli a non isolarsi, a livello territoriale, e ad evitare una fine ingloriosa, causata da una lenta ed inesorabile emorragia di iscritti, incentivando soprattutto i giovani appassionati e i collezionisti meno esperti; mentre i circoli hanno tutte le risorse umane e culturali per poter arricchire il bagaglio di conoscenze degli utenti di Lamoneta.it e di tutti coloro che si avvicinano al mondo delle monete attraverso la finestra del web, non conoscendone la porta d'ingresso principale.

I servizi offerti da Lamoneta.it ai circoli che intendono affiliarsi sono molteplici:

- Una sezione del Forum interamente dedicata al circolo;
- La possibilità di autogestirsi (con la supervisione dei moderatori *lamonetiani*);
- La possibilità di pubblicizzare iniziative e richiedere il supporto gratuito degli iscritti al Forum per eventuali esigenze di natura organizzativa;
- La possibilità di entrare in contatto con altri circoli affiliati per richiedere o dare collaborazione, ma soprattutto per coordinare l'attività nazionale in modo tale da evitare inutili sovrapposizioni nelle date dei convegni e altre situazioni problematiche.

⁴⁷ Tratto da "Circoli e Forum: insieme si può" di R. Ganganelli, pubblicato sul n. 198 di "Cronaca Numismatica" (<http://www.cronacanumismatica.it/arretrato.php?id=409>).

Dal canto loro, i circoli affiliati a Lamoneta.it possono garantire:

- La pubblicazione, all'interno di un apposito spazio, di alcuni lavori periodici;
- Un "Punto Informativo" con cui promuovere il sito durante mostre e convegni;
- Il supporto gratuito alle manifestazioni promosse da Lamoneta.it (es. Vinovo);
- L'accoglienza verso gli eventuali visitatori (se utenti registrati di Lamoneta.it), provenienti da altre città o alla ricerca di materiale numismatico;
- La disponibilità a concedere testi e documenti redatti dai soci del circolo per dar vita all'ambizioso progetto "Quaderni di Studio", finalizzato alla pubblicazione di opere cartacee edita da Lamoneta.it⁴⁸.

Al momento, si contano solamente cinque circoli cittadini affiliati (Torino, Bolzano, Savona, Aosta e Fano), affiancati dal "Circolo dei Giovani Numismatici" di Lamoneta.it, nato nel settembre del 2007 su proposta di *Elisa Euro* e aperto a tutti i *lamonetiani* "under 20", ma non è da escludere che la crescente visibilità del portale possa spingere altre associazioni a sposare l'iniziativa, trasformando il Forum in un vero e proprio "Circolo dei Circoli".

⁴⁸ Presentazione del progetto "Circoli Numismatici": <http://www.lamoneta.it/index.php?showtopic=18529>.

Riflessioni conclusive

Col presente lavoro ho cercato di mettere in luce gli aspetti cruciali che caratterizzano il portale di Lamoneta.it e la comunità dei *lamonetiani*, ricorrendo ad una prospettiva di ricerca di tipo etnografico che mi ha consentito di studiare questa specifica realtà sociale, attraverso un’immersione nei contesti digitali che fanno da sfondo alle interazioni e alle relazioni fra i diversi utenti, in modo da osservarne e comprenderne a fondo la cultura, le norme di gruppo, le pratiche, i riti e i valori condivisi.

Pur essendo una giovane comunità on-line, nata appena quattro anni fa, il *sito-forum* di Lamoneta.it ha mostrato una maturità organizzativa, comunicativa e sociale, paragonabile a quella di un’associazione o di un circolo off-line. Non si tratta infatti di una collettività basata unicamente sulla condivisione di un singolo interesse, ma di un potente *spazio-strumento* di aggregazione, partecipazione e collaborazione, rivolto a tutti i collezionisti, agli studiosi e ai semplici appassionati di numismatica.

Come è stato più volte sottolineato, Lamoneta.it ha avuto il grande merito di colmare un vuoto comunicativo che per anni ha contraddistinto la maggior parte dei siti italiani dedicati alla “subcultura numismatica”, riscrivendo le regole della divulgazione in Rete e connettendo migliaia di utenti, territorialmente dispersi e socialmente eterogenei, attraverso il primo vero *network numismatico* d’Italia, improntato tanto allo scambio di idee ed informazioni quanto alla produzione collaborativa e alla libera diffusione di contenuti.

Lamoneta.it è inoltre riuscita a configurarsi come una “comunità ibrida”, capace di unire e valorizzare al meglio elementi tipici degli ambienti virtuali e risorse provenienti dal mondo reale, favorendo una proficua convergenza tra le due dimensioni dell’universo numismatico. Vanno lette in questo senso, quasi tutte le iniziative promosse dal portale negli ultimi due anni e volte a scongiurare il pericolo che la comunità viva soltanto sullo schermo di un computer, isolandosi irrimediabilmente dai contesti *real life*.

Il campo d’indagine non è stato perciò circoscritto soltanto alle relazioni via CMC, ma ha compreso anche quei luoghi e quei momenti che appaiono significativi per comprendere la complessità del gruppo sociale studiato su Lamoneta.it. Tuttavia, una sfida ambiziosa sarebbe quella di allargare ulteriormente i confini del *field*, prendendo in considerazione quei contesti multi-situati che, secondo la prospettiva della *mobile ethnography* elaborata da Christine Hine [2000], riuscirebbero a dar conto della “comunità virtuale”, quale *artefatto culturale* posto tra dimensione on-line e off-line.

Appendice

A - Lista dei siti analizzati

Siti amatoriali

<http://www.webalice.it/aferraresi/indexit.htm>

<http://www.andreacavazza.com/homenuova.html>

<http://heineken79.altervista.org>

<http://albertomonete.altervista.org>

<http://www.lemiebanconote.biz>

<http://www.giuseppепinto.it/HOMEPAGE.HTM>

<http://digilander.libero.it/numismaticaspicciola>

<http://digilander.libero.it/ydgl1>

<http://digilander.libero.it/adrianogentilini>

<http://digilander.libero.it/antoniovitale73>

<http://web.cheapnet.it/numismatica/home.htm>

<http://web.tiscali.it/vinastra/Index.html>

<http://www.roth37.it>

<http://www.maxcarrara.it/index.php>

http://digilander.libero.it/storia_e_numismatica

<http://www.grandoblone.it/html/Index.htm>

<http://www.iltrogolo.it/attila/coins>

<http://digilander.libero.it/giacomonocentini>

<http://www.monete2000.it>

<http://digilander.libero.it/Numismatica>

<http://digilander.libero.it/tellowww>

<http://www.salvatoredesimone.com/home.htm>

<http://spazioinwind.libero.it/coinswap>
<http://web.tiscali.it/tainoit>
<http://web.tiscali.it/aresweb>
<http://it.geocities.com/numismaitalia/pagina1.html>
<http://www.simposionumismatico.it/index.php>
<http://it.dada.net/freeweb/turra1>
<http://web.tiscali.it/valeriopage>
<http://web.tiscali.it/renzolep>
<http://www.marcocasartelli.com/MONETE/index.htm>
<http://www.superandyweb.it/euro/euro.htm>
<http://www.monetaromana.it>
<http://incuso.altervista.org>
<http://www.medievalcoins.it>
<http://www.moneteantiche.org/index.htm>
<http://simone-numismatica-e-storia.blogspot.com>
<http://regnoditalia.spaces.live.com>
<http://layer1986.spaces.live.com>
<http://gabrimen79.spaces.live.com>
<http://hyperborea79.blogspot.com>
<http://members.xoom.alice.it/banconoteit/>
<http://www.archeologiacirenaica.it/lase/Numismatica.htm>
<http://www.galtous.com/monete/index.php>
http://spazioinwind.libero.it/collezione_monete/index.htm
<http://it.geocities.com/desaparecidoxxx>
<http://digilander.libero.it/adamaney>

<http://digilander.libero.it/abelli>

<http://digilander.libero.it/maggioref>

<http://xoomer.alice.it/mirkoson>

Siti commerciali

<http://www.numismaticapacchiega.it>

<http://www.lanumismaticabrescia.it>

<http://www.moruzzi.it>

<http://www.crippanumismatica.it>

<http://www.varesi.it>

<http://www.numismaticavanzo.com>

<http://www.numismaticatrionfale.it>

<http://www.lalira.it>

<http://www.bolaffi.it>

<http://www.alexfilateliaenumismatica.it>

<http://www.numismaticavaresina.it>

<http://www.mappeemonete.it/index.asp>

<http://www.filnumparmense.it>

<http://www.frisione.it>

<http://www.numismaticatevere.it>

<http://digilander.libero.it/beruto>

<http://www.pedoni.it>

<http://www.numismatICALarici.it>

<http://www.numismatica2p.it/preload.html>

<http://www.strike2001.com/index2.htm>

<http://www.aebroma.it>

<http://www.angolodelcollezionista.net/site/index.asp>

<http://www.nummus.com>

<http://www.albertozecchi.it/home.html>

<http://www.sss-sistematica.it>

<http://www.stimamonete.it>

<http://www.dimimonete.it/home.htm>

<http://www.numismaticaraponi.com>

<http://www.sintoni.com>

<http://www.numismaticamemoli.it>

<http://www.cristianocoins.it/index.asp>

<http://www.al-monte.com/numismatica.htm>

<http://www.numismaticabarbero.it/servizi.htm>

<http://www.abafil.com/news.php>

<http://www.agathae.it>

<http://www.numismaticacfnmilano.com>

http://www.italcoinvest.it/chi_siamo.php

<http://www.perronecollezioni.it/listini.html>

<http://www.numismaticamilanese.com>

<http://www.numismatica.it>

<http://utenti.lycos.it/zagor58>

<http://guerrie.7p.com/index.htm>

<http://www.capuzzo.org/public/monete/index.html>

Portali tematici

<http://www.quattrobaj.com>

<http://www.banconotemondiali.it>

<http://www.cartamonetaitaliana.it>

<http://www.deamoneta.com>

<http://www.interhobby.com/it/collezionismo/numismatica>

<http://www.gpeppi.com/eurocoins/index.htm>

<http://euromania.altervista.org/home.htm>

<http://www.monetaecivilta.it/index.html>

<http://www.teocollector.com/Numismatica/Numisma.htm>

<http://www.portalino.it/mini>

<http://www.metaldetector1.com>

<http://www.monete-romane.com>

<http://www.lebanconote.it>

<http://it.wikipedia.org/wiki/Portale:Numismatica>

<http://www.banconote.it>

<http://www.mediasoft.it/monete>

<http://digilander.libero.it/flashlightsite/index.htm>

<http://www.lemonete.com/index.htm>

<http://www.ilmarengo.com>

http://www.euroswapper.com/it_euro_coins.html

<http://www.homolaicus.com/storia/oro>

<http://www.valorian antichi.it/la%20numismatica.htm>

<http://cgsite.altervista.org>

<http://www.gomezzone.it>

Siti istituzionali

<http://www.bancaditalia.it/bancomonete>

<http://www.numismatici-nip.it>

<http://www.fiera.vicenza.it/it/index.php>

<http://www.socnumit.org>

<http://www.ipzs.it>

<http://www.veronafil.it>

<http://www.fondazione.bam.it>

<http://www.circolofilnumdauno.it>

<http://www.balon.it>

<http://www.numismatica.unibo.it>

<http://www.istitutoitalianonumismatica.it>

http://www.bancaintesaarteecultura.com/template5_ceramiche.asp?q_tipo=6

<http://www.museozecca.ipzs.it>

http://www.museocivico.rovereto.tn.it/numismatica.jsp?area=3&ID_LINK=36

<http://www.accademianumismatica.org>

<http://www.zeccadimaccagno.it>

<http://www.cifinuma.it/default.htm>

<http://www.cnvaldostano.it>

<http://www.numismaticomediceo.it/interfaccia.htm>

<http://utenti.lycos.it/aCNM>

<http://www.filatelico-pesaro.org>

<http://www.circolofilateliconumismaticocingoli.it/chisiamo.htm>

<http://digilander.libero.it/cfnsv>

Aste e riviste on-line

<http://www.artemideaste.com> (aste)

<http://www.banconote.org> (aste)

<http://www.inasta.com> (aste)

<http://www.1centesimo.com> (aste)

<http://numismatica.ebay.it> (aste)

<http://www.delcampe.it> (aste)

<http://www.nomismaweb.com> (rivista)

<http://www.cronacanumismatica.it> (rivista)

<http://www.archeomedia.net/index.asp> (rivista)

<http://www.latribunadelcollezionista.it> (rivista)

B - Una celebre vignetta di Peter Steiner



Figura 1 – “Su Internet nessuno sa che sei un cane.”

C - Elementi caratteristici del Forum



Figura 2 - “Carta d’identità” digitale di un *lamonetiano*.



Figura 3 - Avatar predefinito per tutti gli iscritti al Forum.

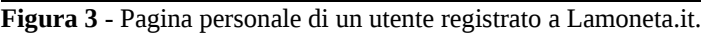


Figura 4 - Alcune *emoticons* disponibili sul Forum.

XIV

D - Il regolamento di Lamoneta.it

LAMONETA.IT nasce con lo scopo di consentire lo scambio di opinioni, conoscenze ed esperienze tra appassionati, studiosi e collezionisti di Numismatica. LAMONETA.IT non ha scopo di lucro ed è uno strumento della comunità per la comunità stessa.

In particolare, LAMONETA.IT:

- promuove le discussioni e lo scambio di informazioni degli iscritti tramite un forum libero in cui si possono confrontare tutti gli appassionati di Numismatica;
- promuove la divulgazione della Numismatica a tutti i livelli;
- sostiene la divulgazione della cultura storico-numismatica italiana verso Paesi esteri;
- incentiva gli iscritti a contribuire alla divulgazione della Numismatica;
- collabora con i Circoli Numismatici per favorirne lo sviluppo e le comunicazioni e scambi di informazioni con altri Circoli;
- organizza visite a musei e convegni;
- collabora all'organizzazione di mostre, seminari ed eventi a carattere Numismatico;
- organizza incontri e ritrovi tra gli iscritti;
- patrocina la stampa e la diffusione di pubblicazioni del settore;
- rispetta le scelte collezionistiche di tutti gli iscritti;

Il seguente regolamento si prefigge, tramite alcune limitazioni alle libertà di ciascuno, garantire le libertà di tutti e della comunità intera, pertanto vi raccomandiamo di leggere le disposizioni qui di seguito riportate per un buon utilizzo di questo indispensabile strumento.

1. Diritti di Accesso e registrazione

1.1 Il forum di discussione è libero a chiunque ne voglia far parte, è di libera consultazione e chiunque può iscriversi senza alcun obbligo nei confronti dell'associazione. Tuttavia in alcune sue parti è vincolato in materia di accessi per proteggere e rendere più sicuro lo scambio di informazioni tra i membri dello Staff.

1.2 Tutti possono accedere alle sezioni libere del sito, ma per poter partecipare attivamente è necessario registrarsi compilando il form di registrazione.

1.3 Iscrivendosi al forum si accettano esplicitamente le regole del forum stesso e si solleva lamoneta.it ed il suo staff da ogni responsabilità per pregiudizio arrecato a terze parti, che si ritenessero danneggiate o lese per il contenuto dei messaggi all'interno del forum. Le stesse regole sono sottoposte ad un processo di rinnovamento che può portare ad inserire delle modifiche. Esse si devono considerare automaticamente accettate anche dagli utenti iscritti precedentemente alle modifiche stesse. E' pertanto importante consultare periodicamente il regolamento.

2. Note generali

Ricordiamo che più di ogni regolamento dovrebbe essere il buonsenso e la buona educazione, in primis, a determinare una condotta che comporti un rapporto con gli altri.

2.1 Evitare di iscriversi con più nick.

2.2 Il forum non è una chat: evitare di aprire discussioni che ne ricalchino lo stile. Evitare di far degenerare le discussioni con interventi non inerenti all'argomento trattato. Quindi evitare di postare messaggi vuoti ed inutili (Spam). Nota: Il contatore di post non verrà incrementato per interventi nella sezione Off Topic (Fuori tema).

3. Comportamento (NON sono consentiti)

3.1 Postare pubblicamente o privatamente messaggi a contenuto e/o linguaggio osceno, volgare, offensivo a livello personale, razzista o inneggiante all'odio razziale o comunque in contrasto con le leggi vigenti (come l'apologia di nazismo o fascismo) e postare messaggi falsi o diffamatori.

3.2 Postare pubblicamente o privatamente testi, immagini, link, filmati o qualsiasi altra forma di materiale o riferimento contenente materiale pornografico o pedofilo, oppure considerato osceno o offensivo. Questi verranno rimossi a discrezione dello Staff.

- 3.3 Postare pubblicamente o privatamente testi, immagini, link, filmati, codici seriali, software o qualsiasi altra forma di materiale che sia tutelata dalle leggi internazionali del Copyright e dei diritti d'autore, senza l'esplicito consenso di chi detiene tali diritti. (Warez, Mp3, testi letterari e musicali, immagini, etc).
- 3.4 Postare pubblicamente o privatamente link o riferimenti ad altri servizi analoghi a quelli di lamoneta.it e dei suoi singoli forum, o in generale pubblicizzare propri siti o iniziative allo scopo di raccogliere visitatori o annunci di compra-vendite o di ricerca collaboratori o ancora più in generale a scopo di propaganda e/o proselitismo senza l'esplicito permesso dello staff.
- 3.5 L'inserimento all'interno dei messaggi di indirizzi e-mail propri o altrui, al fine di garantire la privacy (gli utenti possono comunicare direttamente tra loro utilizzando la messaggistica privata).
- 3.6 Contestare le decisioni dei moderatori o dello Staff di lamoneta.it pubblicamente. Qualora si necessiti di chiarimenti sul loro operato, si provvederà a contattarli privatamente (PM o e-mail). In caso di mancato chiarimento, si potrà rivolgersi agli Admin, sempre privatamente (PM, e-mail o forum apposito).
- 3.7 Assumere atteggiamenti d'aperta polemica verso il regolamento, lo staff, o altri utenti, impedendo in tal modo un tranquillo uso del forum ed una normale fruizione del servizio
- 3.8 Inserimento di QUALSIASI TIPO DI LINK all'interno delle firme (signature).

In caso di infrazione alle sopracitate norme:

La deliberata inosservanza di quanto riportato può comportare l'immediato bannaggio dal forum, secondo il parere esclusivo e insindacabile dei moderatori-amministratori del forum. Queste regole valgono sia per messaggi contenuti all'interno del forum, sia per signature e avatar. Evitare inoltre di postare con sole faccine o comunque con scritti il cui unico merito sia quello di zavorrare inutilmente il forum. Questo spazio è messo a disposizione degli utenti per impostare discussioni costruttive e utili per tutti i lettori.

4. Contestazioni

L'operato dei moderatori è insindacabile e può essere giudicato solo dall'Amministratore del forum. E' comunque permesso chiedere spiegazioni, NON utilizzando però lo spazio pubblico del forum. Eventuali contestazioni vanno effettuate via e-mail oppure tramite i messaggi interni (PM) e comunque in forma privata. Verrà immediatamente chiuso ogni thread avente come oggetto argomenti di contestazione in chiave polemica. Chi dovesse insistere in simile atteggiamento, verrà immediatamente allontanato dal forum secondo l'insindacabile giudizio dei moderatori/amministratori dello staff.

Domanda: Per quale motivo si chiede di esporre le proprie contestazioni in forma privata?

Risposta: In primo luogo per ordine pubblico: aprire topic dichiaratamente polemici di certo non aiuta a mantenere costruttivo il clima del forum. D'altro canto, nella comunicazione privata tra utente e moderatore-amministratore diviene più semplice poter chiarire le posizioni divergenti e, se possibile, cercare punti d'incontro costruttivi.

Domanda: Perché però l'utente che infrange il regolamento viene richiamato in pubblico?

Risposta: Questo avviene principalmente per far capire all'utenza in generale cosa è accettato all'interno del Forum e cosa invece non è accettato/tollerato, cioè quali sono gli atteggiamenti che infrangono il regolamento e quelli che non lo infrangono.

5. Chiusura Discussioni

Verrà chiusa ogni discussione dove argomenti o toni non risultino idonei alla linea del forum (vedi punto 3: "comportamento"). Se nel corso della discussione i toni dovessero degenerare (anche con un solo post) è data ampia facoltà di intervenire al moderatore, anche con la chiusura della discussione o, nei casi più gravi, con il bannaggio immediato dell'utente che ha offeso o ha trasgredito al regolamento (vedi "COMPORTAMENTO"). Per le violazioni meno gravi, ad insindacabile giudizio del moderatore, si potrà procedere alla modifica immediata del messaggio incriminato.

E' espressamente vietato aprire nuove discussioni dove l'argomento sia la contestazione di chiusura di Topic. Si gradisce in questi casi il contatto via e-mail o via messaggi privati (vedi punto 4: "contestazioni"). Ovviamente si darà forte peso ai precedenti dell'utente che ha violato il regolamento per decidere sul suo allontanamento dal Forum.

6. Segnalazione Messaggi

Abbiamo tutti a disposizione il pulsante per le comunicazioni interne o tramite l'e-mail "staff@lamoneta.it": si prega di utilizzare questa opzione del forum, per segnalare ai moderatori eventuali irregolarità di determinati post specificando nell'oggetto il motivo della notifica. Ricordate che siete voi i primi che potete moderare le discussioni invitando alla calma e segnalando subito le discussioni irregolari.

7. Funzionalità

Invitiamo voi Utenti a seguire queste basilari regole nell'utilizzo dei forum: Inserire il proprio post solo nella sezione corrispondente all'argomento trattato ma soprattutto non ripetere la stessa domanda in altri post o in altre sezioni, anche se più sezioni sono inerenti all'argomento da voi trattato, questo per evitare confusione nel rispondere in quanto doppi post/thread creerebbero solo confusione. Inoltre sono vietate discussioni al solo scopo di "chattare" con altri utenti, per questo c'è la Chat. E' vietato anche creare discussioni solo per una ristretta cerchia di persone "vietando" ad altri utenti di partecipare alla discussione. L'infrazione di queste regole provocherà l'immediata chiusura dei thread sopraccitati.

8. Bannaggio Utenti

Il ban è una pratica estrema e pertanto viene decisa da un consulto di moderatori e admin. Questo esclude qualsiasi accanimento personale e di conseguenza garantisce agli utenti un equo giudizio per tutti. Un utente bannato in maniera definitiva dal forum non può riscrivere con altro nickname; su questo forum non vengono bannati solo i nickname ma le persone, per evidenti ragioni. Qualora un utente bannato si riscriva al forum e venga scoperto dai moderatori o dagli amministratori, verrà nuovamente bannato. Qualora questo utente continui a riscrivere, con l'unico fine di contestare e ostacolare il regolare svolgimento dei post sul forum si procederà con la segnalazione all'autorità competente e al provider utilizzato.

8.1 Si procederà al bannaggio immediato di quegli utenti che, appena iscritti, aprano thread in tono polemico e/o provocatorio o comunque quando risulterà evidente che si tratta di cloni.

8.2 Piena discrezione, da parte dei moderatori-amministratori, di espellere comunque dal forum quegli utenti che, con il loro comportamento (atteggiamento polemico, litigioso, antisocievole) risultino in qualche modo destabilizzanti per il forum, pur non infrangendo di fatto nessuna regola.

8.3 In caso di reiterata presenza con varie iscrizioni al solo scopo di diffamare, insultare, polemizzare l'amministratore metterà a disposizione tutte le informazioni in suo possesso per aiutare l'identificazione degli utenti che hanno tenuto comportamenti non legali all'autorità competente.

8.4 In alternativa al bannaggio si può attuare, in casi particolari, il provvedimento disciplinare della sospensione, che prevede l'esclusione dal forum per un periodo di tempo fissato in un tot di giorni variabile a seconda della gravità dell'infrazione. Questo provvedimento verrà applicato, a discrezione dei moderatori/admin, nei casi in cui il comportamento dell'utente sia grave ma non al punto da richiedere una sospensione a tempo indeterminato dal forum.

9. Moderatori

Verificano che discussioni troppo accese non degenerino oltre i limiti di una civile e razionale discussione. Il loro giudizio è insindacabile e ne dovranno rispondere solo all'amministratore o allo Staff e per contestazioni sul loro operato vedere la voce contestazioni. I moderatori inoltre non sono tenuti ad essere "esperti" del campo relativo alla sezione di cui sono responsabili. Hanno ampi poteri all'interno del Forum vigilano e aiutano gli utenti a capire il funzionamento del Forum.

10. Sezione Scambi

Anche se esiste una sezione scambi, sul forum è severamente vietata la compravendita o l'inserimento di annunci pubblicitari.

11. Apertura nuove discussioni e “quote”

- 11.1 Quando aprite nuove discussioni nel forum, nell’interesse di tutti cercate di indicare un titolo del messaggio adeguato ed il più possibile preciso e dettagliato, evitando assolutamente “AIUTO!!”, “URGENTE”, “PROBLEMA” e simili richieste generiche oppure messaggi indirizzati ad un preciso utente (“X Tizio”, “X Caio” etc.). Le discussioni che non seguiranno queste regole verranno chiuse.
- 11.2 Ricordatevi di inserire le discussioni nelle cartelle apposite, le discussioni non inserite correttamente saranno spostate manualmente dai moderatori.
- 11.3 Rispondere ad una discussione: se avete già iniziato una discussione su un certo argomento o se esiste già una discussione analoga, continuatela. Non iniziarne di nuove a meno che non trattino argomenti differenti.
- 11.4 Quotate correttamente: è buona norma quotare (citare una parte della discussione), per rispondere punto per punto.
- 11.5 Non scrivere in maiuscolo. Il maiuscolo è sinonimo di urlare, non è apprezzato in nessuna community. (rif. NETIQUETTE).

12. Argomenti Critici

Prima di aprire una discussione il cui argomento è ai limiti del regolamento, si consiglia caldamente di interpellare privatamente il moderatore per consultarsi. Gli utenti che partecipano alle discussioni OT considerano questo regolamento letto ed approvato in ogni sua parte.

Accettazione del Regolamento

Procedendo con la registrazione al forum il regolamento viene dichiarato accettato in tutte le sue parti dall’utente che si registra. Il regolamento viene periodicamente aggiornato, così da meglio adattarne i contenuti all’evolversi del forum e al numero sempre maggiore di iscrizioni, ma soprattutto per garantire il miglior utilizzo del forum agli utenti che lo

popolano. Ogni modifica inserita al regolamento viene automaticamente accettata dagli utenti registrati, iscritti anche in periodo antecedente l'ultima modifica; le regole NON sono retroattive, s'invita gli utenti a verificare periodicamente la presenza di nuove norme all'interno del regolamento del forum. I dati sensibili raccolti nella registrazione dell'account non saranno in alcun modo ceduti a terzi ai sensi della legge 196/03 sulla Privacy e verranno utilizzati solo ai fini della gestione del forum stesso.

Lamoneta.it non può essere considerata responsabile della correttezza o dell'imprecisione delle informazioni e dei contenuti forniti dagli utenti. Allo stesso modo, non può essere considerato responsabile dei contenuti divulgati da un utente che possano violare i diritti di uno o più soggetti.

Lamoneta.it non garantisce che i servizi funzioneranno senza interruzione né disfunzioni. In particolare, il loro uso potrà essere temporaneamente interrotto per motivi di manutenzione, aggiornamento, miglioramento tecnico, modifica del contenuto o della relativa modalità di presentazione. Per quanto possibile, si provvederà ad informare preventivamente gli utenti di un'operazione di manutenzione o di aggiornamento. Gli utenti non considerano responsabile lamoneta.it del funzionamento e dell'uso dei servizi. Pertanto lamoneta.it non potrà essere considerato responsabile di eventuali malfunzionamenti, impossibilità d'accesso o cattive condizioni d'uso della Community imputabili a un'apparecchiatura non adatta, a disfunzioni interne al fornitore d'accesso dell'utente, al traffico della rete Internet e a qualsiasi altro motivo non dipendente da lamoneta.it.

Lo staff si riserva in ogni caso, anche in assenza di violazioni esplicite del regolamento, la possibilità di modificare, sospendere o rimuovere messaggi o parti di messaggi che consideri in contrasto con le politiche, gli obiettivi e le finalità del forum.

Per esperienza, il buon senso di tutti, utenti e moderatori, ha sempre la meglio: cerchiamo tutti, indistintamente, di usarlo in modo tale che le norme di regolamento possano diventare sempre più parole e sempre meno legge applicata.

E - Il “Decalogo del buon Lamonetiano”

Lamoneta.it è un forum di discussione aperto a tutti gli utenti che vogliono discutere di argomenti legati alla numismatica e al collezionismo numismatico in un ambiente amichevole e collaborativo. Come per tutte le comunità on line, per il successo del forum è indispensabile il contributo di tutti gli utenti, in un gioco continuo di dare e avere. Lamoneta.it non è un forum libero in senso stretto. Chiunque può partecipare, ma si tratta comunque di un forum moderato: per ciascuna sezione del forum uno o più membri dello staff di lamoneta.it (moderatori e amministratori) si occupano di fare in modo che vengano rispettati gli obiettivi e le regole del forum. Per questo esiste un Regolamento al quale chiunque si iscriva a lamoneta.it si impegna esplicitamente ad adeguarsi. E' bene ricordare che lo scopo del Regolamento non è solo di imporre delle norme di comportamento: serve anche a tutelare lo staff del forum, che investe gratuitamente il proprio tempo per garantire il servizio ed è responsabile di quanto viene scritto o pubblicato sullo stesso, da possibili conseguenze legali dovute a un cattivo comportamento degli utenti. Ovviamente il Regolamento può stabilire alcune regole fondamentali, ma non può sostituirsi al buon senso, all'intelligenza e all'educazione di chi partecipa al forum. Tuttavia si possono formulare dei suggerimenti, utili specialmente ai nuovi utenti e a chi ha poca esperienza di comunità virtuali, che possono aiutare a identificare i comportamenti apprezzati e quelli sconsigliati. Alcuni di questi suggerimenti discendono direttamente dalle regole della Netiquette, altri sono specifici di questo forum.

1. Comportamenti APPREZZATI

Seguendo tali suggerimenti contribuirete a migliorare il forum nel suo complesso e probabilmente anche l'atteggiamento e la disponibilità degli altri utenti nei vostri confronti.

- Prima di iniziare a postare, leggete attentamente le sezioni generali: Regolamento, Domande frequenti (FAQ), introduzioni alle singole sezioni, discussioni con il prefisso “Importante” (soprattutto nelle sezioni “News”, “Identificazioni”, “Scambi”, “Agorà”).
- Effettuate una ricerca utilizzando il motore di ricerca del forum prima di iniziare una nuova discussione: è molto probabile che l'argomento che vi interessa sia già stato

trattato da qualcuno. Leggendo le vecchie discussioni vi farete anche un'idea migliore del clima generale ed eviterete di fare domande banali o già ripetute mille volte.

- Inserite le discussioni nella sezione corretta (le discussioni non inserite correttamente saranno spostate manualmente dai moderatori).
- Aprite nuove discussioni indicando un titolo del messaggio adeguato ed il più possibile preciso e dettagliato. Evitate titoli del tipo “AIUTO!”, “URGENTE”, “PROBLEMA” e simili richieste generiche oppure messaggi indirizzati ad un preciso utente (“x Tizio”).
- Cercate di scrivere in modo comprensibile e possibilmente corretto.
- Rispondete ad una discussione: se avete già iniziato una discussione su un certo argomento o se esiste già una discussione analoga, continuatela.
- Quotate correttamente: è buona norma quotare (citare una parte della discussione), per rispondere punto per punto.
- Fate affermazioni assolute solamente se siete sicuri di quello che scrivete; se possibile, citate le fonti. Quello che scrivete viene letto da altri utenti, e qualcuno potrebbe fare affidamento sulle informazioni da voi fornite, magari per decidere se spendere del denaro.
- Se nascono dissensi con un utente del forum o se ritenete opportuno far notare ad un utente alcune irregolarità nel suo comportamento, chiaritevi con lui tramite MP. Se ciò non è sufficiente, rivolgetevi ad un amministratore in forma privata.
- Interpellate privatamente il moderatore di una sezione per un parere prima di aprire una discussione il cui argomento potrebbe essere conflittuale o ai limiti del regolamento.
- E' sicuramente legittimo conoscere il valore economico delle monete in vostro possesso, ma rispettate il fatto che per molti utenti (che spesso sono anche i più esperti e i più disponibili) il valore economico viene dopo quello storico, artistico e culturale. Leggete con particolare attenzione la sezione Numismatica in generale delle FAQ.
- Salvo eccezioni evidenti, considerate critiche, correzioni e suggerimenti come fatti costruttivi. Se la moneta quotata 5.000 euro che avete trovato nel cassetto del nonno si rivela un falso, non è colpa di chi ve lo fa notare!
- Ringraziate chi vi aiuta! (anche utilizzando il sistema dei Ringraziamenti).

2. Comportamenti SCONSIGLIATI

Questi comportamenti, specialmente se ripetuti, possono provocare la chiusura dei thread interessati e in casi estremi altri provvedimenti nei confronti degli utenti. E' sconsigliato:

- Iscrivere con più nickname.
- Creare discussioni in sezioni non corrispondenti all'argomento trattato.
- Ripetere la stessa domanda in diverse discussioni o in diverse sezioni, anche se più sezioni sono inerenti all'argomento (doppi post/thread creano soprattutto confusione).
- Inserire interventi non inerenti all'argomento trattato nelle discussioni, a meno che questo non apporti comunque un contributo (fate pure gli spiritosi, ma non esagerate!).
- Usare le informazioni fornite gratuitamente dagli utenti del forum per vendere con maggior profitto su siti esterni (es. eBay).
- Creare discussioni solo per una ristretta cerchia di persone "vietando" ad altri utenti di partecipare alla discussione.
- Postare messaggi al solo scopo di incrementare il "contatore" e in generale postare messaggi vuoti o inutili (Spam). Il titolo nobiliare assegnato a ciascun utente misura solo il numero di messaggi inviati, non ha il significato di una graduatoria di merito e non va interpretato come una competizione.
- Dare segni di impazienza se dopo qualche tempo non ci sono risposte a una domanda o a una discussione da voi iniziata. Se dopo un tempo ragionevole (diciamo 24 ore) non vedete comparire risposte e se l'argomento del post è importante per voi, potete "aggiornare" la discussione inviando un nuovo messaggio (il testo del messaggio può essere semplicemente la parola "up"). In ogni caso non iniziate una nuova discussione identica alla precedente.
- Scrivere in tutte maiuscole (che secondo le regole della Netiquette equivale a urlare) o utilizzare abbreviazioni tipo SMS.
- Aprire discussioni che ricalchino lo stile di una Chat (per questo esiste la Chat).
- Utilizzare una discussione pubblica per dirimere questioni personali con altri utenti o per rendere noto un dissenso nei confronti di chiunque, a meno che questo non sia strettamente legato all'argomento della discussione.
- In generale, trattare sul forum argomenti personali, riservati o altamente conflittuali.

- Alimentare i Troll. Se avete a che fare con un utente che ha un comportamento chiaramente provocatorio o comunque finalizzato unicamente a disturbare il buon andamento di una discussione, limitatevi a ignorarlo ed eventualmente segnalatelo allo staff. E' sempre la strategia migliore.

3. Comportamenti VIETATI

Questi comportamenti possono portare a provvedimenti nei confronti degli utenti che li adottano, compresa l'espulsione dal forum. E' vietato:

- Postare pubblicamente o privatamente messaggi a contenuto e/o linguaggio osceno, volgare, offensivo a livello personale, razzista o inneggiante all'odio razziale o comunque in contrasto con le leggi vigenti (come l'apologia di nazismo o fascismo) e postare messaggi falsi o diffamatori.
- Postare pubblicamente o privatamente testi, immagini, link, filmati o qualsiasi altra forma di materiale o riferimento contenente materiale pornografico o pedofilo, oppure considerato osceno o offensivo.
- Postare pubblicamente o privatamente testi, immagini, link, filmati, codici seriali, software o qualsiasi altra forma di materiale che sia tutelata dalle leggi internazionali del Copyright e dei diritti d'autore, senza l'esplicito consenso di chi detiene tali diritti (Warez, MP3, testi letterari e musicali, immagini, ecc).
- Inserire all'interno dei messaggi indirizzi e-mail propri o altrui, comportamento che può essere lesivo del diritto alla privacy.
- Postare pubblicamente o privatamente link o riferimenti ad altri servizi analoghi a quelli di lamoneta.it e dei suoi singoli forum, o in generale pubblicizzare propri siti o iniziative allo scopo di raccogliere visitatori o annunci di compra-vendite o di ricerca collaboratori o ancora più in generale a scopo di propaganda e/o proselitismo senza l'esplicito permesso dello staff.
- Contestare le decisioni dei moderatori o dello Staff di Lamoneta.it pubblicamente. Qualora si necessiti di chiarimenti sul loro operato, si potrà contattarli privatamente (MP o e-mail). In caso di mancato chiarimento, si potrà rivolgersi agli Admin, sempre privatamente (e-mail, MP o forum apposito).

- Assumere atteggiamenti d'aperta polemica verso il regolamento, lo staff, o altri utenti, impedendo in tal modo un tranquillo uso del forum ed una normale fruizione del servizio.
- Inserire QUALSIASI TIPO DI LINK all'interno delle firme (signature).
- Iscriversi due (o più volte).

F - Frequently Asked Questions

1. Per i nuovi utenti

Cosa vuol dire FAQ?

FAQ vuol dire "Frequently Asked Questions" cioè "domande frequenti". In questa sezione troverete risposta alla maggior parte dei quesiti che periodicamente vengono riproposti sul forum. Si consiglia la lettura!

Cos'è Lamoneta.it?

Lamoneta.it è un forum di discussione aperto a tutti gli utenti che vogliono discutere di argomenti legati alla numismatica e al collezionismo numismatico in un ambiente amichevole e collaborativo.

Lamoneta.it è un forum libero?

Lamoneta.it non è un forum libero in senso stretto. Chiunque può partecipare, ma si tratta comunque di un forum moderato: per ciascuna sezione del forum uno o più membri dello staff di Lamoneta.it (moderatori e amministratori) si occupano di fare in modo che vengano rispettati gli obiettivi e le regole del forum.

Chi sono i Moderatori?

I Moderatori sono i membri dello staff di Lamoneta.it che hanno la responsabilità di una o più sezioni del forum. Il loro compito è di animare ciascuna sezione proponendo nuovi argomenti di discussione e facendo in modo che i messaggi inviati siano adeguati agli obiettivi e allo spirito del forum e conformi alle regole della netiquette. I moderatori possono sanzionare gli utenti che tengano ripetutamente comportamenti scorretti.

Chi sono gli Amministratori?

Gli Amministratori sono i membri dello staff di Lamoneta.it che hanno la responsabilità del funzionamento del forum a livello tecnico informatico. Vanno quindi trattati con particolare deferenza ;-)

Chi sono gli Utenti Premium?

Gli Utenti Premium sono tutti gli utenti che hanno inviato almeno 100 messaggi al forum. Gli utenti premium godono di alcuni privilegi tra cui l'accesso ad alcune sezioni del forum e la possibilità di allegare immagini più grandi.

Che cosa significano i titoli nobiliari? Come si ottengono?

I titoli nobiliari assegnati a ciascun utente sono semplicemente una misura di quanto quell'utente è stato attivo sul forum. Più messaggi un utente invia al forum e più cresce il suo grado di "nobiltà". Da notare che il titolo nobiliare misura solo il numero di messaggi inviati; non ha il significato di una graduatoria di merito e non va interpretato come una competizione. Per ridurre la tentazione dello spam, postare in alcune sezioni del forum (ad esempio quelle "Fuori Tema") non fa incrementare il contatore dei messaggi.

Cosa sono i quadratini azzurri che vedo sotto il mio nick? Perché ce li ho solo io?

La barretta azzurra graduata è un contatore che misura il livello di avvertimento. Se un utente riceve un avvertimento dallo staff di Lamoneta.it perchè il suo comportamento sul forum è stato scorretto, il contatore comincia a scorrere verso destra. Se l'utente raggiunge il livello di avvertimento del 100% può essere sospeso o anche espulso dal forum. Per ragioni di privacy, ogni utente può conoscere il proprio livello di avvertimento, ma non quello degli altri utenti.

2. Messaggi

Ci sono regole per scrivere i messaggi?

Oltre alle regole specifiche delle singole sezioni, ci sono alcune norme di buon senso che sarebbe opportuno rispettare per migliorare la leggibilità del forum. Su questo argomento è fortemente consigliata la lettura del "Decalogo del buon Lamonetiano".

Come faccio a modificare un messaggio che ho inviato al forum?

Basta premere il tasto [Edita] sotto il messaggio a destra, modificare il messaggio, quindi premere [Invia il messaggio modificato].

Perché nessuno risponde al mio messaggio?

Il fatto che non ci siano risposte a una discussione non significa che il messaggio sia stato ignorato (ricordate che il forum non è una Chat e non funziona in tempo reale). Se si tratta di una richiesta di informazioni, è probabile che qualcuno stia lavorando per voi. E' anche possibile che ci siano altre discussioni attive sullo stesso argomento, o che il messaggio non sia stato postato nella categoria più adatta. Se dopo un tempo ragionevole (diciamo 24 ore) non vedete comparire risposte e se l'argomento del post è importante per voi, potete "aggiornare" la discussione inviando un nuovo messaggio (il testo del messaggio può essere semplicemente la parola "up"). In ogni caso non iniziate una nuova discussione identica alla precedente.

Cosa è un MP? Come si usa e perché?

Un MP è un Messaggio Privato, cioè un messaggio che si può inviare tramite il forum a uno specifico utente e che verrà letto solo dal destinatario. Si può inviare un MP aprendo il proprio Pannello di Controllo dal link [Opzioni] e quindi selezionando [Invia nuovo MP] dal menu [Messenger]; oppure cliccando sul nome dell'utente destinatario per visualizzarne il profilo e quindi selezionando il link [Messaggio privato]. E' consigliabile utilizzare un MP se si vogliono inviare informazioni che riguardano solo il destinatario, o che non è opportuno rendere pubbliche sul forum (ad esempio perchè contengono dati personali o riferimenti ad attività commerciali), o in generale che non sono rilevanti per il forum.

Qual è la maniera migliore di aggiungere un link ad un'asta su ebay?

I link delle aste su ebay sono spesso dinamici e quindi non è detto che postati in un messaggio funzionino. La maniera migliore per postare un link ad un'asta su ebay è quella di inserire nel messaggio il numero dell'oggetto che si vuole linkare (nelle aste si trova in alto a destra sulla stessa riga del titolo) tra i tag [ebay] e [/ebay]. Ad esempio [ebay]123456789012[/ebay]. Un link sicuramente funzionante all'oggetto verrà automaticamente inserito.

3. Allegati e immagini

Cosa posso usare per creare le immagini da allegare?

Uno scanner o una fotocamera digitale. Se sia meglio usare l'uno o l'altra è una domanda che può scatenare discussioni interminabili. Diciamo solo che in generale lo scanner è più rapido e pratico, mentre la fotocamera digitale permette di creare immagini migliori ma richiede una certa applicazione.

Come devono essere fatte le immagini da allegare?

Le immagini devono permettere di apprezzare i dettagli della moneta e allo stesso tempo devono essere leggere da caricare. Per questi motivi si suggerisce di allegare esclusivamente immagini in formato JPG evitando altri formati come GIF, PNG o BMP ad una risoluzione adeguata. E' inoltre fondamentale che l'immagine contenga solo la moneta (o il dettaglio che si vuole mostrare) ed è quindi necessario rimuovere lo sfondo inutile mediante un qualsiasi programma di fotoritocco.

Non riesco a caricare le immagini, come posso fare?

Il forum non permette di caricare file immagini con dimensioni superiori a 60 Kb (100 Kb per gli Utenti Premium). L'unica maniera per poter caricare le immagini è ridurre le dimensioni del file utilizzando un programma di fotoritocco (ne esistono di gratuiti e scaricabili da Internet): salvate le immagini nel formato JPG (JPEG) che permette di ottenere file piccoli senza perdere troppo nella qualità del risultato. E' consigliabile inserire una sola immagine per messaggio dato che il limite sulla dimensione vale per il singolo messaggio. Ricordate comunque che in alcune sezioni del forum (ad esempio Agorà) non è consentito allegare immagini.

Posso inserire direttamente un'immagine senza usare gli allegati?

Nonostante sia consigliato allegare un file per futuri riferimenti, è comunque possibile inserire direttamente un'immagine nel messaggio usando un servizio di "hosting" esterno, come ad esempio Imageshack. Occorre tuttavia ricordare che questi servizi offrono "hosting" solo per un periodo limitato (solitamente pochi mesi), trascorso il quale le immagini vengono cancellate. In quanto comunità di utenti, sarebbe bene mantenere nel tempo sia la discussione sia gli allegati che la compongono: potrebbero essere utili ad altri utenti.

Procedura per fotografare e riportare l'immagine sul vostro pc:

- selezionare sulla vostra fotocamera digitale la funzione “macro”;
- rendete più stabile possibile la fotocamera (con un piedistallo il risultato è migliore)
- scattate la foto accertandovi che l'immagine sia nitida
- trasferite l'immagine sul vostro computer mediante un cavetto USB che colleghi fotocamera e pc (solitamente è incluso nelle confezioni d'acquisto delle fotocamere).

Il catalogo fotografico. Come posso contribuire?

Per contribuire occorre registrarsi dopodiché è possibile caricare nuove immagini e riempire la relativa scheda semplicemente cliccando su “Aggiungi schede” e seguendo le istruzioni.

4. Contenuti del forum

In generale, cosa è consentito e cosa è vietato nel forum?

Le norme generali di utilizzo del forum sono illustrate nel regolamento.

Cosa significa OT?

OT significa “Off Topic” cioè “fuori tema” e si usa per indicare discussioni o commenti non legati all'argomento principale che si sta trattando.

Su questo forum possono essere trattati argomenti “fuori tema”?

Questo è un forum tematico dedicato alla numismatica e al collezionismo numismatico. Discussioni non legate all'argomento principale del forum sono comunque benvenute, purché siano postate nelle apposite sezioni “Fuori tema” e non siano contrarie al regolamento.

E' permesso usare il forum per vendere monete?

No. Non è permesso usare il forum per attività commerciali, inclusa la compravendita di monete o altro e la pubblicità a iniziative commerciali proprie o di altri. Per la compravendita si può utilizzare il Mercatino.

È permesso usare il forum per scambiare monete?

Decisamente sì, utilizzando l'apposita sezione scambi e attenendosi al relativo regolamento della sezione.

5. Numismatica in generale

Cosa significano le seguenti sigle FDC, SPL, BB, MB, B, D?

Rappresentano i gradi di conservazione di una moneta ovvero quanto una moneta presenta o meno usura. A tal proposito si veda conservazione.

Cosa significano le sigle C, NC, R, RR?

Queste sigle rappresentano il grado di rarità di una moneta:

- CC (comunissima)
- C (comune)
- NC (non comune)
- R (rara)
- RR o R2 (molto rara)
- RRR o R3 (rarissima)
- RRRR o R4 (estremamente rara)
- RRRRR o R5 (della più grande rarità, pochissimi esemplari noti)
- UNICA (un solo esemplare conosciuto)

Si tenga sempre conto del fatto che la rarità di una moneta è relativa alla sua reperibilità sul mercato, e quindi può non essere proporzionale all'effettivo numero di esemplari conati perchè può essere influenzata da altri fattori (demonetizzazione, elevata richiesta ecc.). Possiamo dire che la rarità di una moneta è un misto di fattori reali (quantità esistente) e di fattori stimati (come acquirenti e venditori valutano la reperibilità e la scarsità degli esemplari esistenti).

Dove posso trovare un elenco di libri e siti per identificare e valutare le mie monete?

Un buon punto di partenza sono i Collegamenti di Lamonetapedia.

Possiedo una moneta che non so cosa sia, cosa posso fare?

Postate un messaggio nella sezione "Identificazioni". Gli utenti del forum saranno felici di aiutarvi a identificare la vostra moneta e a conoscere il suo valore commerciale, se ne ha. Seguite la procedura indicata in questo topic e limitatevi a una moneta per messaggio. Se avete un'idea anche vaga del periodo storico e/o dell'area geografica potete utilizzare le sezioni specifiche, seguendo la stessa procedura. Tenete comunque presente che lo scopo di

Lamoneta.it non è fornire un servizio gratuito di identificazione numismatica. Se postate 20 messaggi del tipo “Che roba è? Quanto vale?” non vi farete molti amici sul forum, anche se probabilmente avrete lo stesso le informazioni che vi interessano. Se invece farete uno sforzo, anche minimo, di identificazione autonoma renderete la vita più facile agli altri utenti e potreste anche appassionarvi!

Usare le identificazioni fornite gratuitamente dagli utenti del forum per vendere con maggior profitto su siti esterni (es. Ebay) non è un comportamento apprezzato.

Come si riconoscono il dritto e il rovescio di una moneta?

Il dritto di una moneta è la faccia che contiene le immagini, le raffigurazioni o la legenda relativa al sovrano o in generale all'autorità emittente, ed è quindi considerata la faccia più importante, mentre il rovescio è la faccia considerata meno importante. A questa regola fanno eccezione le monete emesse dagli Stati Uniti d'America per le quali la faccia dove compare la legenda UNITED STATES OF AMERICA è spesso (ma non sempre) considerata il rovescio. Nel caso delle monete in Euro si considera generalmente come dritto la faccia nazionale.

Cos'è un “conio stanco”?

Un “conio stanco” è un conio consumato per l'usura, che per questo imprime un'immagine debole, sbiadita, sulla moneta. Le monete di conio stanco hanno i rilievi meno marcati e/o parti della legenda o della ghiera poco visibili. Le monete di conio stanco sono sicuramente meno desiderabili dai collezionisti, tranne in casi particolari quando il conio, per eccesso di usura, non imprime più un certo dettaglio del disegno. Esempio classico l'Euro italiano 2002 senza firma, dovuto a un conio usurato che nell'ultima fase della sua vita aveva perso del tutto la firma dell'incisore.

Da cosa dipende il valore di una moneta?

Esistono vari fattori che influenzano il valore di una moneta sul mercato numismatico. Tra questi i principali sono: il suo valore intrinseco ovvero il suo contenuto di metallo prezioso; la sua rarità ovvero la sua reperibilità sul mercato; il fatto che quella tipologia sia più o meno richiesta dai collezionisti; il fatto che quella tipologia sia oggetto di speculazione. Di conseguenza il valore di una moneta non può mai essere specificato una volta per tutte: tutti i prezzi reperibili su cataloghi o su Internet sono sempre indicativi e relativi a un dato momento e a un particolare mercato (es. le monete del Regno d'Italia tendono ad essere sopravvalutate

sul mercato italiano per via dell'alta richiesta, così come i Dollari negli USA; i prezzi delle monete in Euro risentono dell'attuale speculazione dovuta alla "euforia" numismatica seguita all'introduzione della moneta unica, ecc.).

Vorrei acquistare delle monete come investimento, cosa mi consigliate?

Il primo consiglio che viene in mente è: se la vostra principale motivazione è economica, ci sono investimenti più redditizi, più comodi e meno rischiosi della numismatica. Inoltre, un investimento in monete richiede tempi molto lunghi per avere la possibilità di un buon realizzo. Se volete comunque provarci, la prima scelta rimangono ancora le cosiddette "monete di borsa" cioè le monete il cui prezzo di mercato dipende più dal contenuto di metallo prezioso che dagli aspetti numismatici, come la sterlina, il marengo, il krugerrand. Un'altra buona opportunità è costituita dalle monetazioni molto ricercate dai collezionisti, come le emissioni in argento di Vittorio Emanuele III, purché si abbiano le possibilità economiche per puntare ai pezzi rari e alle alte conservazioni. Sono invece per lo più da evitare le emissioni oggetto di speculazione a breve termine, come le serie divisionali in Euro dei piccoli stati europei, o quelle troppo inflazionate come le monete commemorative in Euro emesse da varie zecche europee.

Che differenza c'è tra un falso, una riproduzione e un riconio?

Per "falsi" si intendono finte monete prodotte appositamente per essere confuse con le monete originali a cui somigliano, a scopo di frode; la somiglianza con l'originale può essere più o meno perfetta, quando la falsificazione è grossolana si parla di patacca, falsone ecc. Il falso può essere moderno o "d'epoca" cioè, nel caso di monete non recentissime, contemporaneo o quasi alla moneta stessa. In quest'ultimo caso, e solamente in questo, il falso d'epoca può avere un certo valore storico e numismatico.

Per "riproduzioni" si intendono finte monete somiglianti alle originali, che però in genere sono immediatamente distinguibili da queste, perché portano scritte supplementari (come R per riproduzione nei celebri "Mister Day") o comunque hanno altre caratteristiche evidenti; quindi sono prodotte come souvenir, omaggi commerciali ecc. e non a scopo primario di frode. Affini alle riproduzioni sono le cosiddette "monete di fantasia" che pur potendo suggerire o avere una qualche somiglianza con delle monete originali in realtà non corrispondono ad alcun tipo monetale realmente esistente e quindi non posso essere considerate dei falsi.

Per “riconio” si intende una nuova emissione di una moneta effettuata in genere in un anno diverso dal millesimo indicato ma spesso utilizzando i conii originali; queste emissioni possono essere autorizzate o meno e possono o meno portare segni distintivi, ad esempio il tallero di Maria Teresa del 1780 coniato a Roma negli anni 30-40 è un riconio e non un falso perchè fu autorizzato dallo stato per il commercio con l’Africa orientale e non si può neanche definire riproduzione perchè a prima vista può essere confuso con l’originale (in realtà può essere facilmente riconosciuto da alcuni particolari).

Temo che la mia moneta sia un falso, come posso saperlo?

Seguite lo stesso procedimento indicato per le identificazioni, utilizzando questa volta la sezione “Falsi”. Spesso le stesse informazioni che servono per identificare una moneta sono sufficienti per accertarne la falsità. Su Lamoneta.it potete consultare anche la sezione “Riconoscere un falso” dei manuali on-line e la sezione “Falsi” del Catalogo fotografico. Tenete comunque presente che in molti casi l’ultima parola può dirla solamente un perito numismatico accreditato, specialmente se si tratta di falsi non grossolani e di monete di alto valore commerciale.

Come faccio a trovare un perito numismatico nella mia zona?

Consultate il sito Web dell’Associazione dei Numismatici Italiani Professionisti.

Ho visto che alcune delle mie monete del Regno/alcuni dei miei 2 Euro hanno l’iscrizione sul contorno rovesciata rispetto ad altri, come mai?

Buona parte delle monete del Regno d’Italia e della Repubblica Italiana che presentano un’iscrizione sul contorno, possono averla sia in un senso che nell’altro: è un fatto assolutamente normale, in quanto i tondelli venivano e vengono tuttora preparati prima dell’operazione di conio vera e propria, e quindi il senso dell’iscrizione dipende dal senso con cui i tondelli, in maniera del tutto casuale, finiscono sotto al conio. Questo succedeva per molte monete del regno nelle quali i FERT hanno un orientamento in un senso o nell’altro, così come è successo per i “10 Lire Pegaso” della vecchia monetazione, così come, infine, succede tuttora con i nostri 2€. Solo con le attuali monete da 2€ c’è stato un timido tentativo di elevare l’orientamento dell’iscrizione a variante da collezionare, difatti molti collezionisti raccolgono il 2€ tipo A e tipo B, facendo appunto attenzione a come è rivolta la scritta. Questa tendenza sta scemando, in quanto è davvero eccessivo considerare come variante un fatto

assolutamente normale come l'orientamento casuale dell'iscrizione, e va detto che per le monete del Regno nessuno ha mai considerato come collezionabili i due tipi di orientamento.

6. Monetazione antica

I libri sulle monete antiche sono carissimi, posso trovare informazioni su Internet?

Anche se alla fine l'acquisto di testi cartacei sarà probabilmente indispensabile, potete trovare molte informazioni partendo dai collegamenti di Lamonetapedia.

E' legale collezionare monete antiche?

Ultimamente sono stati fatti dei progressi in termini legislativi, tuttavia non vi è una legge che regola definitivamente questo campo, dunque le interpretazioni sono varie. Per i pezzi di maggiore rarità e valore è obbligatoria la segnalazione alla sovrintendenza dei beni culturali, per le altre monete è sufficiente avere il documento d'acquisto e quello di provenienza della moneta. In caso di acquisti su Internet è meglio farsi spedire un certificato che attesti la lecita provenienza della moneta e stampare la fattura d'acquisto. Se si hanno dubbi è sempre meglio contattare un ufficio competente come la sovrintendenza oppure la guardia di finanza.

Ho visto monete romane da pulire su Internet ad un prezzo bassissimo, com'è possibile?

Su Internet e in diversi mercatini spesso si vedono in vendita numerosi lotti di monete romane da pulire e identificare, questo è possibile perchè in diverse aree vi sono ritrovamenti cospicui di tesoretti o ripostigli monetali, soprattutto grazie all'uso del metal detector. Queste monete provengono quasi sempre dall'estero e prima di giungere al compratore subiscono vari passaggi di scrematura, quindi è molto difficile trovare monete d'oro o d'argento in questi lotti anche se molti venditori dicono che sia possibile. Quasi sempre sono monete del basso impero (dall'inizio del IV secolo in poi) e non sempre le monete che si acquistano sono di buona qualità. Anche per queste monete è consigliabile avere il certificato di origine e di lecita provenienza. Sono buone per chi è alle prime armi e per chi ha la passione e il tempo per pulire questi gioielli che il tempo ci ha tramandato.

Come posso pulire una moneta antica?

Per pulire una moneta antica bisogna innanzitutto analizzare il tipo di incrostazioni che essa presenta, dopodichè si può agire usando vari metodi, quali i bagni in acqua demineralizzata,

pulizia meccanica, elettrolisi, e altri metodi più o meno aggressivi. Per sgrossare la moneta all'inizio è sempre meglio immergerla in acqua demineralizzata o olio d'oliva a bassa acidità in modo che lo sporco si ammorbidisca, dopodichè con uno spazzolino a setole morbide si può spazzolare la moneta; questo procedimento può durare molto a lungo fino a quando non si raggiungerà il livello di pulizia desiderato. Un metodo più veloce è sicuramente l'elettrolisi, un processo chimico che prevede l'uso di una soluzione di acqua e sali disciolti e una corrente a basso voltaggio (dai 4v ai 12v) che passando per la moneta stacca lo sporco. Questo metodo può essere anche molto dannoso perchè potrebbe staccare anche la patina, è sempre meglio sperimentarlo su monete già identificate e di basso valore. Un validissimo manuale per il restauro e la conservazione delle monete è disponibile su Lamoneta.it all'indirizzo Internet: <http://manuali.lamoneta.it/Restauro.html>.

Perchè la patina è così importante?

La patina è l'aspetto storico della moneta. Essa si è formata con il passare dei secoli e il suo colore dipende dal tipo di esposizione che ha avuto nel tempo. Può essere di diverse tonalità (verde, nera, nocciola, bianca) ed è un elemento di grande valore sia storico che economico per la moneta stessa.

Dove sarebbe meglio conservare le monete romane?

Ci sono diversi modi per conservarle. Se si vogliono tenere in bustine di plastica bisogna stare attenti alla composizione della stessa, a volte possono esserci elementi dannosi per la moneta che innescano una corrosione. In commercio esistono delle bustine create appositamente per contenere monete. Si consiglia sempre di controllare l'umidità dell'ambiente.

Ho sentito parlare del "cancro del bronzo", cos'è? come lo riconosco?

A causa di sali o sostanze dannose depositatesi sulla moneta si può avere una dannosa corrosione del metallo, questa si riconosce perchè sulla moneta si depositano delle macchie di polverina di un colore tra il verde e l'azzurro. Se la polverina è superficiale può andar bene spazzolarla con un comune spazzolino da denti usando sempre acqua demineralizzata. Se invece il cancro del bronzo è molto più grave si può ricorrere ad altri metodi, innanzitutto bisogna pulire la moneta (anche meccanicamente) e tenerla diversi giorni in acqua demineralizzata, facendo in modo che i sali corrosivi si sciolgano. Altrimenti, si può ricorrere ad una soluzione di benzotriazolo in etanolo. Dopo queste operazioni si consiglia comunque di scaldare la moneta per far evaporare l'umidità annidata che da origine alla corrosione.

7. Monetazione del Regno d'Italia

Ho trovato una rara moneta d'oro (100 lire 1872). E' probabile che sia autentica?

Cominciamo con un breve calcolo: una lira del 1872 vale 6.533,2956 volte una lira del 2004 (Fonte: Il valore della moneta in Italia dal 1861 al 2004 - ISTAT). Quindi 100 lire del 1872 equivalgono più o meno a 340 euro del 2004 [PS: E' ANCHE IL VALORE A PESO D'ORO DELLA MONETA, g 32,25], valore che cresce ancora (e di molto) quando lo immaginiamo nelle mani di un nostro avo che vive nella povera Italia post-unitaria. Quindi trattenere una cifra simile, tesaurizzare 100 lire nel 1872, era una cosa possibile a pochi: banche, ricchi collezionisti, grandi possidenti. La memoria del possesso della moneta a quel punto non può essere andata perduta; tutta la famiglia, la discendenza di qualunque grado, avrebbe mantenuto coscienza del valore dell'oggetto posseduto. Il valore di questa moneta corrisponde oggi, a seconda dello stato di conservazione (BB, SPL, FDC), a quello di un'utilitaria o di un'auto di lusso, ma il suo valore è sempre stato elevato, fin dal giorno dell'emissione in 700 (circa) esemplari. Insomma, la probabilità di ritrovare 100 lire del 1872 in un cassetto è zero. Al contrario, possiamo dire che è alta la probabilità di ritrovarla in una cassaforte, in una cassetta di sicurezza, o nel caveau di una banca.

E la probabilità che nel cassetto ci sia una rara moneta d'argento (1 lira 1861 stemma)?

Un discorso simile si può tentare anche per monete che hanno un valore facciale molto inferiore alle 100 lire. Facciamo anche qui un esempio concreto e consideriamo sempre una moneta coniata sotto Vittorio Emanuele II, 1 lira 1861 (stemma) zecca di Torino, emessa in meno di 20.000 esemplari. Considerando solo le monete da 1 lira stemma emesse dal 1861 al 1867, ci troviamo di fronte a quasi 40.000.000 di monete circolanti. Quindi solo una moneta da 1 lira stemma su 2.000 è del 1861 e della zecca di Torino. In termini di probabilità stiamo parlando dello 0,05 %. Ora la domanda è: perchè questa moneta sarebbe dovuta finire in un cassetto? Se ci fosse finita per puro caso, saremmo di fronte ad un evento fortemente improbabile (quasi impossibile). Se invece c'è finita perchè qualcuno, venutone in possesso, è stato in grado di valutarne la rarità e quindi ha voluto toglierla dalla circolazione, ci troviamo di fronte ad una questione analoga a quella delle 100 lire 1872. Difficilmente la coscienza familiare dell'importanza di questa moneta sarebbe andata persa e soprattutto la stessa moneta ancora più difficilmente sarebbe rimasta così tanto tempo in un cassetto alla mercè del tempo e a contatto con altri oggetti che ne avrebbero peggiorato il grado di conservazione.

Le monete sono suddivise in magnetiche e antimagnetiche. Come posso classificarle?

Le monete della serie impero sono state prodotte utilizzando differenti materiali. Quelle in nichelio o acmonital puro sono fortemente attratte da una calamita, viceversa quelle in lega di acmonital e nichelio lo sono solo debolmente e a volte in maniera impercettibile se non si possiede un magnete sufficientemente potente. Per approfondimenti si vedano anche le voci ferromagnetismo e serie impero.

Ho visto in vendita una moneta con raffigurata l'effigie di Mussolini, quanto vale?

Solo il Re poteva essere raffigurato sulle monete del Regno d'Italia, non certo il capo del governo quale era Mussolini. Pertanto ogni qualvolta ci si imbatte in pezzi che presentano l'effigie di Mussolini, solitamente abbinati al rovescio del famoso "cappellone" di Vittorio Emanuele III, sono delle medaglie-patacca, coniate in epoca moderna (anche se pare esista anche qualche coniazione, comunque anch'essa non ufficiale, risalente agli anni 40-50). Ne esistono di vari tipi e metalli, ma il più delle volte sono patacche in metallo non nobile, nonostante l'aspetto. Il loro valore numismatico è nullo, quello venale pure, tali medaglie hanno un mercato solo perchè giocano sull'equivoco moneta-medaglia.

8. Monetazione in lire della Repubblica Italiana

A casa ho un bel po' di pezzi da 50 e 100 lire degli anni '50, ho letto su un catalogo che valgono molti soldi, è vero?

L'unica moneta da 50 o 100 lire degli anni '50 che possa essere definita rara è il 50 lire del 1958. E' anche l'unica che valga più di 10€ anche in bassa conservazione. Tutte le altre hanno eccellenti quotazioni solo se in alta/altissima conservazione, e soprattutto se FDC. Sono infatti monete comuni, che però hanno per la maggior parte circolato per 50 anni, e quindi si trovano quasi sempre in bassa conservazione. Per contro, essendo coniate in acmonital, una lega di acciaio molto tenace, anche dopo parecchi anni di circolazione mantengono un aspetto generalmente gradevole. Le alte valutazioni sono però riservate a pezzi che hanno circolato pochissimo o per niente, circostanza che è praticamente impossibile da riscontrarsi per una moneta rinvenuta casualmente in mezzo a tante altre. Generalmente i pezzi di questa epoca in FDC vengono fatti periziare, perchè molto spesso è difficile stabilire il sottile confine tra una moneta in buone condizioni e una che non ha effettivamente circolato.

Quanto valgono le 500 Lire “Caravelle”?

Nonostante siano forse le monete più belle di tutta la monetazione in lire repubblicana (e non solo), le “Caravelle” sono in realtà monete comunissime per quasi tutte le annate di emissione e raramente superano i 10€ di valutazione in condizione FDC. Fanno eccezione gli esemplari presenti solamente nelle emissioni per collezionisti e, ovviamente, le famose monete di prova del 1957 con le “bandiere controvento”; queste ultime sono tra i pezzi più rari e costosi della monetazione repubblicana, ma non sono sicuramente reperibili in un cassetto o in un lotto di normali 500 lire Caravelle, visto che gli esemplari conati furono donati all’epoca a vari ministri e personalità. Anche le altre 500 lire in argento emesse per la circolazione (Unità d’Italia 1861-1961, Dante Alighieri 1965) nonché le 1000 Lire in Argento “Roma Capitale” (1970), sono pezzi comunissimi e di minimo valore.

Ho saputo che esiste una variante delle 1000 Lire bimetalliche con la cartina dell’Europa “sbagliata”. E’ rara? Quanto vale?

Nel 1997 la zecca di Roma emise per la circolazione, per la prima volta nella storia, una moneta bimetallica con valore facciale di 1000 lire (l’unico precedente era un 1000 lire commemorativo d’argento emesso nel 1970). La moneta, molto bella come disegno, intendeva commemorare l’Unione Europea, sennonché l’autrice del bozzetto commise un errore “sbagliando” clamorosamente i confini di alcuni stati. Dopo le proteste dei paesi interessati fu rifatto il conio e venne emessa una nuova tiratura con la cartina corretta (in realtà anche la seconda versione presenta alcuni errori). Le monete della prima tiratura con la cartina errata però rimasero in circolazione, e vista la massiccia tiratura (80 milioni il primo tipo, 100 milioni il secondo tipo) il loro valore è veramente modesto (un paio di Euro in FDC), così come lo è quello dei pezzi del 1997 con la cartina corretta.

Quali sono i pezzi rari della monetazione della Repubblica Italiana e quanto valgono?

L’annata principe della repubblica, perlomeno in fatto di rarità e valore venale, è la 1947. I 4 pezzi da 1, 2, 5 e 10 Lire conati quell’anno, grazie a tirature piuttosto basse (dai 12000 ai 16500 pezzi) hanno raggiunto quotazioni astronomiche, tanto che una serie di quell’anno in FDC può arrivare ad avvicinare il valore di 10000 Euro. A ruota segue la serie di 4 monete del 1946 che, grazie a una tiratura che va dagli 81000 ai 123000 pezzi, è valutata in FDC attorno ai 2000 Euro. Come pezzi singoli sono da segnalare come piuttosto rari anche il 5 Lire del 1956 e il 2 Lire del 1958. Tutte le altre monete hanno quotazioni in condizioni circolate che non superano le poche decine di Euro (al massimo), ma è comunque da far notare che buona

parte della monetazione in acmonital degli anni '50, in alta/altissima conservazione può avere interessanti valutazioni.

9. Monetazione mondiale contemporanea

Quali sono le monete contemporanee?

Consideriamo contemporanee le monete coniate dal 1800 (anno) ai nostri giorni. Per alcuni il periodo da prendere in considerazione è quello a partire dalla presa della Bastiglia (1789); per altri si comincia a parlare di monete contemporanee (in Italia) con l'invasione Napoleonica. Altri sostengono che l'evo contemporaneo inizi con il congresso di Vienna (1815). Le monete contemporanee coincidono in parte con le monete decimali (con valori multipli e frazioni di 10 - a seguito dell'introduzione napoleonica del sistema decimale -) e può accadere che i due termini siano usati come sinonimi.

Possiedo monete di vari paesi del mondo e mi piacerebbe saperne di più. Come faccio?

Il sistema migliore è procurarsi un buon catalogo di monete mondiali e provare a identificarle. Il catalogo americano "Standard Catalog of World Coins" conosciuto anche come "World Coins" o "Krause" è considerato il più completo. Si tratta però di un'opera enorme (4 volumi dal 1600 a oggi) e anche piuttosto costosa. Come alternativa si possono consultare i molti siti Web dedicati alla monetazione mondiale (ad esempio il manuale on-line di Lamoneta.it dedicato alla monetazione britannica e i collegamenti a siti di numismatica segnalati da Lamonetapedia) o procurarsi cataloghi specializzati per singoli paesi.

Quanto valgono le sterline in oro?

La sterlina in oro o Sovrana (in inglese "Sovereign") è la tipica moneta di borsa, cioè una moneta il cui prezzo di mercato è determinato più dal contenuto di metallo nobile che dal suo valore numismatico. Il suo valore quindi varia secondo il prezzo dell'oro; poiché la sterlina oro contiene poco meno di 8 grammi di oro fino, il suo valore approssimativo si può ottenere (come limite superiore) moltiplicando per 8 il prezzo corrente al grammo dell'oro. Questo vale sia per le sterline di "vecchio conio" (emesse fino al 1920 circa) che per quelle di "nuovo conio" (emesse sotto Elisabetta II). Fanno eccezione le sterline più antiche (oltre 100 anni) o quelle appartenenti ad annate rare, il cui valore può essere molto superiore.

Ho visto delle monete con un buco quadrato e dei caratteri cinesi intorno. Cosa sono?

Queste monete sono chiamate genericamente “cash coins” e sono la moneta spicciola coniata in Cina, Giappone, Corea e nel Sud-Est asiatico per diversi secoli e fino a circa gli anni ‘20 del novecento. Si tratta di una monetazione in rame o bronzo di cui esiste una grandissima varietà di tipi che differiscono solo per gli ideogrammi che identificano l’autorità emittente.

Esistono monete emesse da stati non riconosciuti a livello internazionale oppure da enti privati. Sono considerate delle vere monete? Vale la pena collezionarle?

Storicamente sono sempre esistiti “stati auto-proclamati” o “entità statali di fatto” con tutte o la maggior parte delle prerogative di uno stato (inclusa la valuta), la cui esistenza non è però riconosciuta (ovvero accettata) dagli altri stati e/o dalle organizzazioni internazionali. Tra questi, oggi si possono citare la Transnistria, il Somaliland, Cipro Nord, l’Abkhazia, il Nagorno-Karabakh; in passato il Katanga, il Biafra ecc. In genere le emissioni di questi “pseudo-stati” sono considerate e collezionate come monete a tutti gli effetti.

Diverso è il caso delle emissioni “private” effettuate per fini commerciali, per sopperire a una carenza locale di moneta spicciola o per l’utilizzo in ambiti geograficamente limitati. In questi casi più che di monete vere e proprie si parla di gettoni o tokens. Questo non toglie che anche questi gettoni abbiano un interesse numismatico e possano a volte raggiungere sul mercato quotazioni molto alte. Infine, abbiamo il caso intermedio delle emissioni “commerciali” effettuate in passato da vari stati, ad esempio per il commercio con le colonie (come i “Trade Dollars” per il sud-est asiatico o i Talleri di Maria Teresa conati a Roma per l’Africa Orientale). In questo caso si tratta di monete a tutti gli effetti, spesso di grande interesse numismatico, anche se non inquadrare nel sistema monetario ufficiale dello stato emittente.

Dove si acquistano le monete moderne?

La letteratura sulle monete moderne sconsiglia gli acquisti fatti in negozi non consigliati. Questa potrebbe essere un’avvertenza preziosa, ma bisogna tener conto che normalmente i negozi consigliati sono inserzionisti di cataloghi e riviste di numismatica, e questo non è un fattore di trasparenza. In realtà, si possono fare ottimi acquisti anche da una bancarella, dove però è anche più probabile fare un pessimo acquisto. Possiamo dividere tutti questi luoghi in due macro-categorie: i negozi dei professionisti; le bancarelle occasionali. Rientrano nella prima categoria tutti gli operatori abituali del settore, ovunque essi svolgano la propria attività; nella seconda, invece, rientra chi svolge un’attività diversa dalla numismatica e

occasionalmente o marginalmente mette in vendita monete. Una numismatica nella via principale di una grande città d'arte italiana che ha in vetrina e al suo interno ogni genere di strambo oggetto è per noi una bancarella occasionale. Il negozio del professionista vende solo monete, banconote e materiale per numismatica, dai raccoglitori alla letteratura in materia (al limite medaglie, sigilli, e altri parenti delle monete). Anche una bancarella può essere un negozio del professionista. In particolare la presenza di uno o più cataloghi in consultazione dimostra che il venditore conosce ciò che sta tentando di vendere ed è disposto a condividere con gli acquirenti questa conoscenza. La bancarella occasionale si basa su un principio ben diverso, che poi sta alla base dei mercatini di antiquariato e oggettistica varia e cioè il mostrarsi non a conoscenza del reale valore di ciò che si mette in vendita. Passeggiando per queste bancarelle l'acquirente crede di avvicinarsi sempre più a quell'acquisto fortunato che darà origine ad enormi profitti; crede, in altri termini, che ci siano delle grosse asimmetrie informative a proprio vantaggio. Ma, posto che questo sia vero, e non sia solo una tattica del venditore, qual è la probabilità che in mezzo a ciarpame di ogni tipo si trovi sfusa e mal curata una moneta rarissima ad un prezzo esiguo? E' la stessa probabilità che ha ciascuno di noi di trovarla nel cassetto di un vecchio mobile in una vecchia casa.

10. Monetazione in Euro

Come è possibile acquistare le monete di Monaco al prezzo di emissione?

La monetazione monegasca viene coniata e commercializzata dalla zecca francese (Monnaie de Paris), che però pratica al pubblico prezzi da negozio. Per riuscire ad acquistare le monete monegasche ai prezzi più bassi bisogna iscriversi alle liste del "Musée des timbres et des monnaies", inviando un'e-mail all'indirizzo mtm@gouv.mc. Se non si riceve risposta, bisogna richiedere l'iscrizione stessa via raccomandata, scrivendo a: "Musée des timbres et des monnaies, Terrasses de Fontvieille, 98000 Monaco". Il Musée è un semplice rivenditore dei prodotti numismatici del Principato, pertanto non tutti i prodotti sono sempre a loro disposizione, tuttavia è la fonte alla quale sono disponibili i prezzi di mercato più bassi. A differenza di quanto accade con diverse altre zecche europee l'attribuzione della serie - nel caso in cui il numero di richieste risultasse maggiore del contingente distribuibile - avverrà attraverso estrazione causale, a prescindere dall'anzianità di iscrizione alle liste.

Come è possibile abbonarsi alle emissioni numismatiche di San Marino e Vaticano?

Per San Marino occorre mandare un'e-mail all'indirizzo aasfn3@omniway.sm ricordandosi di aggiungere i propri dati. Dopodichè alla prima emissione vi verrà spedito il modulo che permette di comprare le monete di prossima emissione. Stesso discorso per il Vaticano anche se fino ad ora è più difficile essere accettati come nuovi abbonati. Occorre mandare l'e-mail a order.ufn@scv.va inserendo sempre i propri dati postali.

Le cosiddette Euro prove (probe) acquisteranno valore commerciale in futuro?

Attenzione, nessun paese di Eurolandia ha coniato prove ufficiali. Tutti i folder che si trovano sul mercato sono emissioni private, di nessuna ufficialità, e coniate a puro scopo speculativo. In pratica, non sono monete, al massimo possono essere considerate medaglie. Pertanto queste prove, anche se coniate in tirature molto limitate, numismaticamente non varranno mai nulla. Attenzione soprattutto agli acquisti di folder di Monaco, Vaticano o San Marino: molte volte questi tondelli (il mercato ormai ne è inflazionato) vengono spacciati per emissioni ufficiali, quindi prima di comprare accertarsi per bene cosa si sta acquistando.

Ho trovato una moneta in euro del 1999! Come è possibile?

La moneta unica è entrata ufficialmente in circolazione il primo gennaio del 2002. Alcuni Paesi hanno, tuttavia, coniato le monete anche in anni precedenti e adottato la data di conio, piuttosto che quella di emissione. Per questo è possibile trovare in circolazione monete belghe, finlandesi, francesi, olandesi e spagnole datate 1999, 2000 o 2001.

Tutte le monete in Euro si trovano in circolazione?

No, alcune monete sono state coniate solo nelle confezioni divisionali e quindi non le troverete in circolazione.

Quali sono i Paesi che aderiscono alla moneta unica?

Austria, Belgio, Finlandia, Francia, Germania, Grecia, Irlanda, Italia, Lussemburgo, Monaco, Olanda, Portogallo, San Marino, Spagna e Città del Vaticano. Da gennaio 2007 a questi si è aggiunta la Slovenia.

Quando e quali sono i Paesi che aderiranno alla moneta unica nei prossimi anni?

Il primo paese ad aggiungersi alla lista di Eurolandia è stata la Slovenia, dal 1° gennaio 2007. Nel 2008 dovrebbero fare il loro ingresso anche Cipro e Malta. Nel 2009 dovrebbe essere il

turno della Lettonia, della Lituania, dell'Estonia e della Slovacchia, mentre nel 2010 potrebbe essere il turno della Repubblica Ceca e dell'Ungheria. Ancora in fase di trattative è la data di ingresso della Polonia. Più futuribile il discorso per Romania e Bulgaria, gli ultimi paesi che dal 1° gennaio 2007 sono entrati a far parte della UE. (Il condizionale è d'obbligo in quanto ogni Paese che richiede di far parte della moneta unica deve inderogabilmente rientrare in alcuni standard piuttosto rigidi, che ne possono determinare lo slittamento).

E' possibile che qualche Paese cambi il disegno delle monete in euro?

Il lato comune delle monete si è potuto modificare a partire dal 2007. Le prime monete a mostrare un leggero restyling sul lato comune sono state quelle della new-entry Slovenia. A seguire, tutti gli altri paesi adegueranno il proprio lato comune. In caso di morte o rinuncia da parte di un sovrano raffigurato sulle monete, i Paesi hanno inoltre la facoltà di cambiare l'immagine del lato non comune in qualsiasi momento. Ad esempio ciò è successo per le monete Vaticane dopo la scomparsa di Giovanni Paolo II (dal 2006 le monete riportano l'effigie del nuovo Papa Benedetto XVI) e per le monete da 1 e 2 euro Monegasche in seguito alla morte del principe Ranieri III.

Acquisti on line, a cosa devo fare attenzione?

Su internet, in ambito Euro, ci sono molti "specchietti per allodole"; alcuni sono truffe palesi, altre sono più sottili. La più semplice e subdola è l'offerta di fotocopie di moduli per l'ordine di monete dei "mini stati" (Vaticano, San Marino, Principato di Monaco). La fotocopia vi viene effettivamente inviata, solo che non serve a nulla! Ogni abbonato ha il suo modulo d'ordine con il proprio codice personale! Quindi Tizio Caio non se ne fa nulla della fotocopia del modulo di Sempronio. Un'altra cosa a cui bisogna stare attenti è l'offerta di FOLDER DI SAN MARINO CON MONETE scritto a caratteri cubitali e con un'annotazione scritta in piccolo che le monete in questione sono italiane (stesso discorso per folder di Vaticano o Monaco!!). Altro imbroglio classico è la vendita di patacche spacciate per vere monete commemorative. Prima di acquistarle informatevi che siano effettivamente delle uscite ufficiali. Se nell'offerta viene scritto "la moneta non ha valore legale" è chiaro che si tratta di una patacca senza valore. Nota importante: allo stato attuale delle cose, nessuna Euromoneta può avere la faccia comune diversa da tutte le altre, pertanto è sufficiente visionare la faccia comune per rendersi conto se si tratta o meno di un'emissione ufficiale.

Riferimenti bibliografici

Bagatta, A.

2006 *Comprare e vendere su Internet*, Apogeo.

Berruto, G.

2005 *Prima lezione di sociolinguistica*, Bari, Laterza.

Boni, F.

2004 *Etnografia dei media*, Bari, Laterza.

Buccieri, A.

2004 *Le voci nella rete. Per una sociologia delle comunità virtuali*, Pisa, Plus.

Castells, M.

2002a *Galassia Internet*, Milano, Feltrinelli.

2002b *La nascita della Società in Rete*, Milano, Università Bocconi.

Crapanzano, G.

2004 *La cartamoneta italiana*, Spirali.

D'Arrò, U.

2004 *Guida Bolaffi al collezionismo di monete e banconote*, Bolaffi.

De Benedittis, M. (a cura di)

2003 *Comunità in Rete. Relazioni sociali e comunicazione mediata da computer*, Milano, Franco Angeli.

Dell'Aquila, P.

1999 *Tribù telematiche. Tecnosocialità ed associazioni virtuali*, Rimini, Guaraldi.

2005 *NetTribe.it. Individualismo reticolare e comunità digitali*, Cesena, Il Ponte Vecchio.

Gallino, L.

2000 *Dizionario di sociologia*, Milano, TEA.

Gasperoni, G. e Marradi, A.

1996 *Metodo e tecniche nelle scienze sociali* in “Enciclopedia delle scienze sociali”, Roma, Istituto della Enciclopedia Italiana, vol. V, pp. 624-643.

Gubitosa, C.

2001 *La vera storia di Internet*, Apogeo, 2001; disponibile come documento elettronico all’indirizzo: <http://www.apogeoonline.com/2001/libri/88-503-1055-2/ebook/pdf/StoriaInternet.pdf>.

Hine, C.

2000 *Virtual Ethnography*, Thousand Oaks, CA, Sage Publication.

Klobas, J.

2007 *Oltre Wikipedia. I Wiki per la collaborazione e l’informazione*, Milano, Sperling & Kupfer.

Maltz, T.

1996 *Customary Law & Power in Internet Communities*, in “Journal of Computer Mediated Communication”, 2, 1; disponibile come documento elettronico all’indirizzo: <http://jcmc.indiana.edu/vol2/issue1/custom.html>.

Marcelin, L. et al.

2007 *Dal web 2.0 ai media sociali. Tracce e percorsi della partecipazione in Rete*, Torino, CSP; disponibile come documento elettronico all’indirizzo: <http://estrablog.net/dal-web-20-ai-media-sociali/>

Paccagnella, L.

2000 *La comunicazione al computer*, Bologna, Il Mulino.

2007 *La gestione della conoscenza nella società dell’informazione: il caso di Wikipedia*, in “Rassegna italiana di sociologia”, 4, pp. 653-680.

Pistolessi, E.

2004 *Il parlar spedito. L'italiano di chat, e-mail e SMS*, Padova, Esedra.

Prati, G.

2007 *Web 2.0. Internet è cambiato*, Trento, UNI Service.

Rheingold, H.

1994 *Comunità Virtuali. Parlare, incontrarsi, vivere nel cibernazio*, Milano, Sperling & Kupfer.

Schütz, A.

1979 *Il cittadino bene informato. Saggio sulla distribuzione sociale della conoscenza*, in "Saggi sociologici", Torino, UTET, pp. 404-418.

Silver, D.

2000 *Introducing Cyberculture. Looking Backwards, Looking Forward: Cyberculture Studies 1990-2000*, in David Gauntlett (a cura di), "Web Studies: Rewiring Media Studies for the Digital Age", Oxford University Press; disponibile on-line all'indirizzo: <http://rccs.usfca.edu/intro.asp>.

Stone, A.R.

1992 *Will the Real Body Please Stand Up? Boundary Stories about Virtual Cultures*, in M. Benedikt (a cura di), "Cyberspace. First Steps", Cambridge, MA, MIT Press; trad. it. *A proposito del corpo reale: storie di frontiera sulle culture virtuali*, in M. Benedikt (a cura di), "Cyberspace. Primi passi nella realtà virtuale", Padova, Muzzio, 1993.

Tosoni, S.

2004 *Identità virtuali. Comunicazione mediata da computer e processi di costruzione dell'identità personale*, Milano, Franco Angeli.

Turkle, S.

1997 *La vita sullo schermo. Nuove identità e relazioni sociali nell'epoca di Internet*, Milano, Apogeo.

Torrini, G.

2004 *Le comunità virtuali*, in M. Marinelli e P. Adamoli (a cura di),
“Comunicazione, media e società. Premio Baskerville Mauro Wolf 2004”,
Baskerville, 2005; disponibile come documento elettronico all’indirizzo:
www.baskerville.it/PremioB/2004/Torrini.pdf.

Van Dijk, J.

2002 *Sociologia dei nuovi media*, Bologna, Il Mulino.

Siti Consultati

<http://www.lamoneta.it>

http://www.lamonetapedia.it/index.php/Pagina_principale

<http://www.lamoneta.it/cataloghi.php>

<http://manuali.lamoneta.it/MANUALI.html>

<http://chat.lamoneta.it/index.php>

<http://identificatori.lamoneta.it>

<http://mercato.lamoneta.it>

<http://numismatica.ebay.it>

<http://numismatica.delcampe.it>

<http://www.demauparavia.it>

<http://it.wikipedia.org>

<http://www.flickr.com>

<http://it.youtube.com>

<http://www.mediamente.rai.it/biblioteca>

<http://www.mediausers.it>

<http://www.web-20.it>

<http://www.analisiqualitativa.com>

<http://nuke.nettribe.it>

<http://www.caffeeuropa.it/loader.php?id=5>

<http://www.socialmedialab.it>

<http://www.paolodellaquila.it>