

Domande senza risposta sul futuro della società

# Per l'informazione su misura occorre un sarto?

**La «Conferenza internazionale sul futuro dell'informazione» organizzata dall'agenzia ANSA ha messo in luce il ritardo culturale dei nostri mezzi di comunicazione di fronte all'evoluzione socio-tecnologica. Ma, nello stesso tempo, ha fornito indicazioni molto importanti per la comprensione dei nuovi media e quindi per guidarne il cambiamento**

di Manlio Cammarata

Internet ucciderà i giornali? Chi sceglierà i temi da discutere in rete nella futuribile «democrazia elettronica»? Sarà vera democrazia, o anarchia, o una forma soffice di autoritarismo? E via interrogando, un convegno dopo l'altro, un articolo o un libro dopo l'altro. Queste domande sono state poste ancora una volta nella Conferenza internazionale sul futuro dell'informazione, promossa dall'Agenzia ANSA, che si è svolta a Roma in gennaio.

Una conferenza importante, non solo per la sede prestigiosa in cui si è svolta (la sala dello Stenditoio dell'Istituto San Michele) o per la paziente presenza del Capo dello Stato alla seduta di apertura, ma per l'autorevolezza dei relatori coinvolti. C'erano infatti, fra gli altri, il padre putativo di Internet, Vinton Cerf, l'erede di McLuhan, Derrick De Kerkhove, e ancora Charles E. Hoff della CNN, Jim Clark presidente di Netscape, Lionel Fleury dell'agenzia France Press. E, tra gli italiani, Stefano Rodotà e Giuseppe De Rita, acuti studiosi della nostra società. Facevano gli onori di casa i top manager dell'ANSA: Umberto Cuttica, presidente, Alfredo Roma, amministratore delegato, Bruno Caselli, direttore responsabile, che si sono alternati alla presidenza delle tavole rotonde. I temi in discussione, che hanno occupato una giornata e mezza di lavori, erano tre: Come si trasformano i media tradizionali? Come l'informazione trasforma la società? Come saranno i media del futuro?

Naturalmente sarebbe troppo lungo dare conto dei singoli interventi. Consideriamo solo alcuni punti di particolare interesse per chi segue i cambiamenti dell'informazione in funzione degli sviluppi tecnologici.

Ha aperto i lavori Umberto Cuttica, presidente dell'ANSA. Ha citato la velocità dell'evoluzione e le interazioni tra tecnologie, media e società, criticando lo stato di «estasi collettiva» di fronte agli sviluppi dell'informazione «personalizzata o personalizzabile»; infine ha posto una serie di problemi. Primo: esiste un denominatore comune tra vecchi e nuovi media, al di là di quello - puramente tecnologico - indicato da Negroponte con l'assioma famoso «tutti i media sono bit»? Internet affiancherà o sostituirà i media attuali? Secondo:

Furio Colombo (nel libro *Confucio nel computer*, del quale si parla più avanti in queste pagine) definisce Internet «una forma di Governo», come si concilia l'anarchia del mondo virtuale con le parole «potere e governo», che vuol dire democrazia nella rete? Ancora: se il segno distintivo del processo (evolutivo o involutivo?) dell'informazione è la disgregazione delle vecchie realtà, che ruolo può svolgere l'informazione per bilanciare queste tendenze disgreganti?

Cuttica va oltre: dobbiamo parlare con il linguaggio della nuova generazione, distante anni luce dal mondo della carta? E poi: l'informazione personalizzata, spillata dalla rete come un boccale di birra, non conterrà troppa schiuma? Possiamo fare a meno di chi offre una gerarchia dell'informazione? «Mi rendo conto - conclude - che queste provocazioni possono apparire fastidiose e forse ingenuie, ma vi assicuro che non nascondono un atteggiamento luddistico nei confronti dei nuovi mezzi».

## Tra estasi e luddismo

Il discorso del presidente dell'ANSA introduce, forse al di là delle intenzioni dell'autore, il dilemma dell'informazione italiana di fronte all'avanzata delle tecnologie. Da una parte ci sarebbe parte «l'estasi» alla Negroponte, dall'altra il rifiuto distruttivo in nome della conservazione (il luddismo fu un movimento operaio sorto in Gran Bretagna tra la fine del '700 e l'inizio dell'800, che si opponeva all'introduzione delle macchine. Ned Ludd, alfiere del movimento, distrusse nel 1779 un telaio meccanico che avrebbe causato disoccupazione). In realtà il problema è la difficoltà di superare la cultura dell'informazione «unidirezionale» o «verticale», di fatto spesso mistificatoria, che caratterizza i media attuali. L'assioma di Negroponte non è solo tecnologico, ma sottintende una caratteristica essenziale della nuova informazione, che è la multimedialità. Cuttica si chiede se l'informazione on line sostituirà i giornali o si affiancherà ad essi. La risposta è che, probabilmente, la multimedialità cambierà i giornali, come li ha cambiati la televisione. E ne renderà diversa la forma: saranno bit che potranno assumere di

volta in volta, la forma cartacea o quella del video o quella del suono, a scelta dell'utilizzatore.

C'è un singolare paradosso nelle affermazioni dei responsabili della grande agenzia di informazioni: l'ANSA è già multimediale in senso moderno, perché riceve e diffonde le stesse informazioni sotto forma di bit, che a destinazione si concretizzano in media diversi, a seconda delle circostanze. Fino a qualche anno fa i comunicati delle agenzie, trasmessi via cavo in forma analogica, venivano stampati su carta e distribuiti nelle varie redazioni a seconda delle competenze dei giornalisti. Questi trasferivano le informazioni su altra carta, scrivendo a macchina gli articoli e spesso incollando materialmente pezzi del rotolo della telescrivente sui fogli che venivano poi inviati alla tipografia. Oggi le stesse informazioni vengono trasmesse, via cavo o via etere, sotto forma di bit, che giungono ai terminali dei redattori senza passare per la carta.

I redattori scrivono i loro pezzi a video, fanno il «taglia e incolla» elettronico, lavorando sempre sui bit, fino al passaggio finale sulla carta. Gli stessi bit trasmessi dall'agenzia si trasformano anche in notiziari radiofonici e televisivi, arrivando in altre redazioni. Ecco la differenza significativa: prima ogni giornalista riceveva solo i pezzi di carta che qualcuno giudicava di sua competenza, mentre oggi ha l'accesso casuale a tutte le notizie trasmesse. Se va a vedere anche quelle che non riguardano il suo settore, sono fatti suoi. E può consultare, sempre dal PC o dal terminale, anche gli archivi storici o gli altri giornali, quando offrono anche un'edizione telematica. Ma questo è ancora un processo unidirezionale, perché il lettore riceve un insieme di informazioni che è stato composto da una vera e propria gerarchia di addetti ai lavori.

Invece il lettore di domani si troverà nella condizione del giornalista di oggi, perché avrà l'accesso a più fonti informative, dalle quali comporrà il suo notiziario personalizzato. Disgregazione? Certo, ma disgregazione non nel senso di anarchia, piuttosto di «smontaggio» di uno schema imposto, da sostituire con uno liberamente scelto. Tutto questo non eliminerà e non cambierà la sostanza della responsabilità dell'operatore dell'informazione. Egli dovrà sempre fornire il miglior prodotto possibile, e potrà come oggi essere obiettivo o fazioso, sincero o mistificatore, superficiale o attento ai dettagli. Il «lettore digitale» sceglierà sempre le fonti di informazione più vicine alle sue preferenze, ma avrà maggiori opportunità di andare a cercare anche notizie diverse o opinioni differenti dalle sue.

È un processo delicato, perché sembra eliminare, e invece trasforma, le figure di molti media-



tori dell'informazione. In effetti oggi il giornalista è un mediatore tra la notizia e il lettore (lasciamo da parte il problema della relazione tra «fatto» e «notizia»), domani sarà un «distributore intelligente».

L'equivoco in cui sembrano cadere molti addetti all'informazione può essere riassunto in questi termini: la definizione di «informazione su misura» non significa che l'editore e il giornalista devono trasformarsi in sarti, che confezionano i contenuti sulla taglia di ogni singolo lettore; significa che devono fornire la stoffa, il filo, la fodera e i bottoni, mentre la cucitura spetta all'utente finale. In altri termini, oggi l'industria dell'informazione fornisce abiti fatti in serie, ma non deve trasformare gli addetti alle macchine in altrettanti sarti, perché ogni individuo sarà il sarto delle notizie che gli interessano.

Queste considerazioni si legano a un altro aspetto, oggi in primo piano: quello della trasformazione del mezzo televisivo pubblico da «generalista» a «su misura», affrontato nella Conferenza dalla presidente della RAI, Letizia Moratti. Anche qui, esaminando la questione nell'ottica dei nuovi media, si può forse individuare un equivoco: la televisione di oggi è generalista perché propone su uno stesso mezzo contenuti diretti a settori di pubblico diversi: ma se *Il fatto* di Enzo Biagi e l'elezione di Miss Italia raggiungono le stesse vette di *audience*, questo non significa che interessino «tutto» il pubblico televisivo, perché altrimenti si registerebbero non sei o otto milioni di telespettatori, ma più di venti milioni, quante sono le famiglie italiane. I milioni di individui che seguono Biagi non sono gli stessi, in buona parte, che fanno il tifo per le gambe di questa o quella bellona. Si devono allora fare canali diversi per l'uno e per l'altro settore? Lo hanno fatto gli USA con la TV via cavo. Ma questo è un mezzo ormai superato, perché ora sul cavo arriva «anche» la televisione. La formula dovrà essere, se possibi-

Un momento della conferenza.



Giuseppe De Rita

le, ancora più generalista, perché si dovranno produrre anche contenuti che potranno interessare gruppi poco numerosi. Che li andranno a cercare sulla Rete, quando ne hanno la voglia o l'opportunità.

Dunque l'alternativa non è tra estasi e luddismo, ma tra l'informazione obbligata e quella aperta alle scelte di ogni individuo, liberamente disponibile sulla Rete.

### Da Internet alla Rete

E qui si apre il vero problema della cultura dell'informazione in Italia. Oggetto di estasi o luddismo è soprattutto Internet,

in primo luogo perché è ancora sconosciuta o non capita. Quando si conosce un mezzo, quando lo si usa regolarmente, non c'è molto spazio per gli atteggiamenti emotivi, per le definizioni basate sull'irrazionale. Subentra l'atteggiamento critico, più o meno favorevole ai diversi aspetti, e scompare l'alternativa tra accettazione incondizionata e rifiuto totale (gli uni e gli altri spesso mascherati da sottili «distinguo»).

Quando si raggiunge una sufficiente consapevolezza della sostanza di Internet, si possono facilmente superare i luoghi comuni dell'anarchia (che è apparente) o del rapporto tra segnale e rumore, che Cuttica chiama «la schiuma della birra». Perché ci si rende conto che sulla rete esiste un ordine particolare, diverso da quello dei media tradizionali e aperto a una buona dose di casualità, ma sempre di ordine si tratta, anche se è frutto di un'evoluzione spontanea e non di un'imposizione o di un accordo preventivo. Il rumore, la schiuma della birra, viene naturalmente filtrato dal meccanismo di ricerca, e altro non è che informazione che interessa ad altri e che, in molti casi, non avrebbe spazio sui media tradizionali.

In sostanza, Internet non è «un mondo diverso», ma soltanto un mezzo di comunicazione più complesso di altri e verso il quale gli altri tendono a convergere, in tempi che potrebbero essere troppo brevi per consentire alla «cultura» di impadronirsi della natura del cambiamento. La parola chiave forse è «convergenza». Cerco di spiegarvi meglio.

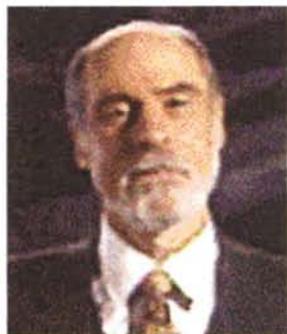
Oggi Internet è già una combinazione di mezzi di comunicazione diversi: la posta, l'enciclopedia, il disco audio, la radio, la televisione, anche il telefono e il fax. Alcuni di questi media sono, su Internet, ancora in forma rudimentale, soprattutto la radio e la televisione, ma è un problema di banda passante e di sviluppo di software. Il telefono, in particolare, è in fase di rapida affermazione, perché l'attuale larghezza di banda è in molti casi sufficiente e i vantaggi in termini di costo sono notevoli per le chiamate a lunga distanza.

Ma «telefonare su Internet» non è la stessa cosa che usare il telefono tradizionale, perché la conversazione può avvenire in sincronia più o

meno precisa con lo scambio di dati o immagini, e si possono collegare più di due utenti contemporaneamente. Il telefono è dunque superato? In realtà il telefono «si fonde» con Internet e con tutto quello che Internet trasporta. Internet è telefono, videotelefono, teleconferenza, televisione, telefax. Non ancora per tutti, a causa dei limiti della banda passante, ma quando la fibra ottica giungerà nelle case tutto questo sarà normale. E non si chiamerà più Internet, questo è il punto. Si chiamerà «multimedialità» e sarà il risultato della fusione delle tecnologie che oggi su Internet sono in fase sperimentale. Del resto basta dare uno sguardo all'elenco dei servizi che passano sulle reti ISDN per capire che il futuro... è presente.

Per chiarire meglio il meccanismo consideriamo proprio la diffusione di notizie da parte dell'ANSA: oggi ci sono diversi canali che si possono definire «professionali» o «industriali», che viaggiano su linee dedicate e sono destinati a determinate utenze, che pagano a tariffe fuori della portata dell'utente finale. Ci sono poi le pagine su Internet, che possiamo considerare «amatoriali», gratuite e destinate a un pubblico grande quanto il World Wide Web. È ragionevole ipotizzare che in futuro questi due rami si possano unificare in un solo grande flusso di informazioni, da pagare «a consumo», una piccola somma per ogni informazione, secondo una tariffa marginale. È chiaro a questo punto che non ci sarà più la distinzione tra Internet e le linee dedicate, ma solo la maggiore larghezza di banda che dovrà essere utilizzata dagli utenti professionali, che saranno spesso i distributori delle informazioni.

Quando i «vecchi» navigatori dicono che il WWW non è Internet, in fondo hanno ragione. È la trasformazione di Internet, il suo superamento.



Vinton Cerf.

## La frusta di Giovannini

La relazione introduttiva alla Conferenza internazionale sul futuro dell'informazione è stata tenuta da Giovanni Giovannini, presidente della Federazione Italiana degli Editori di Giornali e sostenitore da sempre delle nuove tecnologie dell'informazione. Giovannini ha osservato il forte sviluppo dell'editoria elettronica, sia su CD-ROM, sia on-line, citando l'esperienza del «New Century Network», un consorzio americano autogestito con 25.000 giornalisti di 225 testate. Ma in Italia «manca qualsiasi attenzione dei pubblici poteri», mentre la mutazione in corso richiederebbe maggiore attenzione, interesse e impegno della classe politica. Il presidente della FIEG non è stato tenero neanche con i suoi associati: «nuotare o affogare»!

Infine ha proposto una conferenza nazionale dei maggiori esperti italiani «per giungere a una visione unitaria del nuovo modello di comunicazione e dello sviluppo che il Paese dovrà seguire».

È l'embrione della Rete, o dell'Autostrada dell'Informazione, se vogliamo chiamarla così. Questo è anche il senso dell'intervento di Jim Clark alla conferenza organizzata dall'ANSA. Al quale si contrappone l'affermazione di Donald Norman, vicepresidente di Apple per le tecnologie avanzate, che alla conferenza ha detto che Internet «è troppo enfatizzata». Ora si verifica che Netscape, l'azienda di Clark, va a gonfie vele, mentre Apple perde milioni di dollari, come acqua da un serbatoio bucato.

Chi ha ragione?

### Verso la società dei gruppi

Tutto questo, è naturale, va preso un po' con beneficio di inventario, perché l'imprevedibilità sembra l'unico dato certo dello sviluppo dell'informazione. Ha scritto Bill Gates, nel suo libro *La strada che porta a domani*, del quale parliamo più avanti: *Questo si propone di essere un libro serio, ma tra dieci anni potrebbe non sembrare tale: di quello che dico, ciò che si sarà rivelato giusto verrà considerato ovvio, e ciò che risulterà sbagliato ridicolo*. E questo vale per tutte le risposte possibili alla prima e alla terza domanda che costituivano il tema della conferenza, sulla trasformazione dei media tradizionali e sulla natura dei mezzi del futuro. Resta ancora da considerare la domanda centrale: come l'informazione trasforma la società?

Anche su questo punto si sono misurati esperti di altissimo livello, dall'erede di McLuhan, Derrick De Kerkhove agli italiani Giuseppe De Rita, Mauro Wolf, Giuseppe Richeri e Stefano Rodotà. Questi studiosi condividono in larga parte la visione di una trasformazione della società verso la creazione di nuovi gruppi, più o meno virtuali. L'aggregazione avviene sulla base di interessi comuni e la coesione si realizza attraverso la Rete.

Per De Kerkhove è in atto una tendenza centrifuga, sia nella dispersione fisica delle persone (come dimostra la fuga dei telelavoratori verso le periferie), sia nell'affermazione dei «servizi da scrivania», nel «fai da te» dell'editoria digitale. Lo studioso canadese osserva che la Rete realizza in qualche modo l'utopia di Marx: non c'è un potere centrale che controlla i mezzi di produzione, ma essi sono nelle mani dei singoli utenti. Questi si organizzano in tribù elettroniche del tutto diverse da quelle tradizionali, con lo sviluppo di nuove personalità, nuovi rapporti sociali, nuovi rapporti economici. Il futuro passaggio dalla comunicazione via cavo a quella via etere (le reti di satelliti che nei prossimi anni dovrebbero circondare completamente il globo terrestre) non comporterà un'accentuazione dell'isolamento degli individui, ma creerà una specie di grande «contesto intelligente» dal quale ciascuno preleverà quanto gli serve per la sua produzione personale di informazione.

Sotto molti aspetti la visione di De Kerkhove è simile a quella di Furio Colombo, fisicamente assente dalla conferenza, ma citato in molti interventi. Nel suo libro *Confucio nel computer* Co-

lombo espone il quadro di una società che ha spostato la sua intelligenza «dentro» il computer e tra i meandri sempre mutevoli della Rete, ma con toni assai meno ottimistici di quelli del professore canadese.

A Colombo ha fatto riferimento diretto Giuseppe De Rita, che cerca di prevedere le conseguenze politiche e sociali della mutazione ed è attento a non cadere né nell'eccesso di esaltazione dei nuovi media, né in un «luddismo scettico-cinico-romano». Per De Rita il dilemma si pone tra la nascita di un individualismo spinto, che accentuerebbe la tendenza già in atto nella nostra società, e le conseguenze di una democrazia diretta plebiscitaria che si risolverebbe in una forma di «autoritarismo soft». De Rita accoglie l'indicazione di Colombo per una soluzione «confuciana», avvertendo che l'aggregazione dei gruppi non avviene sulla base delle opinioni, ma degli interessi comuni.

E sugli interessi si è soffermato Giuseppe Richeri, che studia soprattutto gli aspetti economici dei media, chiedendosi se il prevedibile aspetto futuro della comunicazione non finirà per aumentare le disparità sociali e se tutto il processo di innovazione non viene ostacolato dalla lentezza con la quale si sviluppano le infrastrutture fisiche della rete.

Altrettanto dubbioso sulla capacità della logica del mercato di fornire l'accesso alla comunicazione come servizio universale è stato Stefano Rodotà. Nel suo intervento, forse il più acuto e provocatorio di tutta la conferenza, Rodotà ha affermato che bisogna liberarsi da tre vizi: la superbia tecnologica, l'ottimismo del mercato e la semplificazione politico-ideologica. Altri luoghi comuni (ripresi anche dal sociologo Mauro Wolf dell'università di Bologna) sono la neutralità delle tecnologie e il carattere sempre liberatorio dell'interattività «che costituisce un passo avanti decisivo rispetto alla comunicazione monodirezionale, ma l'utente può rimanere sostanzialmente subordinato a chi conserva il pote-



Stefano Rodotà.



Mauro Wolf.

## La Conferenza sul WWW

La Conferenza internazionale sul futuro dell'informazione ha avuto anche un'appendice telematica, sul sito dell'ANSA (<http://www.ansa.it>) e sul server del Centro Studi Baskerville (<http://www.baskerville.cineca.it>), dove dovrebbero essere reperibili anche i testi delle relazioni (non ancora in linea al momento della chiusura di queste pagine). Dalle pagine del Centro Studi Baskerville sono state tratte alcune delle foto dei relatori alla conferenza, pubblicate in questo articolo.

re della domanda, della proposta e della fornitura del servizio». Rodotà condivide l'opinione secondo la quale la novità fondamentale è data dal fatto che ogni individuo può essere nello stesso tempo consumatore e produttore di informazioni. Ma avverte che «qui può cogliersi la massima potenzialità democratica, che si corrompe invece quando le tecnologie sono viste soprattutto come strumento per una continua interrogazione dei cittadini. Qui emerge l'intreccio tra un massimo di frammentazione e un massimo di ricomposizione (nuove soggettività, lobbismo democratico). Qui si consuma la "fine dei territori". Qui può divenire estrema la penetrazione nella sfera pubblica della logica del consumo».

Lo studioso è passato quindi alla provocazione diretta, esponendo una serie di dieci contrapposizioni fondamentali, che possono essere prese come spunto per l'analisi della società dell'informazione: iperdemocrazia contro democrazia, interesse generale contro interesse di gruppo, presa diretta contro mediazione, cittadinanza elettronica

contro esclusione elettronica, logica del mercato contro logica dei diritti, e via discorrendo, fino al contrasto tra emozione e sapere critico. Ce n'è abbastanza per rimettere in discussione tutto quello che crediamo di sapere sull'impatto delle tecnologie dell'informazione, per concludere con una domanda che mette in discussione il tema stesso della conferenza: «L'informazione "su misura" di chi? Del consumatore di messaggi? Del produttore di informazioni? Di un soggetto "attore" su una rinnovata scena domestica? Del cittadino attivo nella società?».

Società che si trasforma, si frammenta e si ricompone nella «rete civica», inventando nuovi modelli di interazione o riscoprendo vecchi interlocutori «verso una "democrazia del pubblico", una "democracy by initiative"?». Rodotà non spinge all'estremo la sua provocazione, ma indica con chiarezza la strada per risolvere i quesiti che hanno aperto la Conferenza internazionale sul futuro dell'informazione. Le risposte si faranno attendere?

## **E il Palazzo non è «on line»**

[www.senato.it](http://www.senato.it).

Il «sito» esiste ma... non è su Internet, serve solo ad uso interno dei senatori. Il motivo? Si attendono decisioni politiche.

Decisioni politiche che, invece, sono state prese alla Camera dei Deputati, con un'impostazione completamente diversa: sarà potenziata l'informazione «indiretta», con la diffusione dei resoconti sommari dei lavori dell'assemblea affidata all'agenzia ANSA, che successivamente dovrebbe aprire uno spazio informativo anche per la diffusione delle attività dei parlamentari. Saranno aumentate le informazioni del Televideo RAI, che saranno poi completate da un servizio di «telesoftware», ricevibile sui personal computer muniti dell'apposita scheda collegata a un'antenna televisiva.

Un'apparente novità, sempre dalla Camera, riguarda la radio. Ci sarà infatti un nuovo canale nazionale, il quarto, che dovrebbe essere destinato proprio all'informazione parlamentare. All'inizio sarà ricevibile solo a Roma, Napoli, Milano e Torino, dove esistono già i trasmettitori del quarto canale (che oggi ripetono i programmi di musica classica della filodiffusione, con grande gioia degli appassionati) e nel prossimo futuro sarà esteso a tutta la penisola.

Questo programma è la dimostrazione evidente di come il mondo politico italiano non segua il cambiamento in atto nel mondo dell'informazione. La Camera moltiplica i canali unidirezionali (la voce del padrone) e non soddisfa la crescente voglia dei cittadini di farsi sentire, di partecipare attivamente alle decisioni che li riguardano. È del tutto ana-

cronistica la scelta di inviare le informazioni ai PC attraverso il telesoftware, un mezzo ormai obsoleto: con la stessa spesa necessaria per acquistare la scheda si può comperare un modem, e dialogare con il mondo. Invece si sfrutta il PC per la comunicazione unidirezionale!

Secondo informazioni fornite dalla stessa Presidente della Camera, il «numero verde» per i cittadini istituito il 1° giugno 1995, a Natale aveva ricevuto 23.448 telefonate. Tante? Poche? Per fare un paragone, il Forum multimediale «La società dell'informazione», una pagina Web dedicata soprattutto a problemi giuridici, è stata visitata quasi 8.000 volte in tre mesi. Si deve considerare che non solo è rivolta a numero ristretto di specialisti, ma che gli abbonati a Internet sono una insignificante percentuale degli abbonati al telefono. Se ne può forse dedurre che l'accesso attraverso Internet (con la sua possibilità di relativo anonimato e il vantaggio di non dover affrontare un interlocutore «fisico», che può intimidire) è più gradito dell'accesso telefonico.

E il vecchio progetto di un sito Web comune alle due Camere? Accantonato, almeno per il momento. Tra i motivi che hanno spinto la Camera a rinviare *sine die* la presenza su Internet sembra che ci sia il problema della sicurezza: «non vogliamo che succeda quello che è successo alla Banca d'Italia». E invece sarebbe bene che andasse sempre così, con qualcuno che lascia messaggi sconsigliati nella macchina collegata alla Rete, separata dal sistema informativo dell'istituzione. Mai sentito parlare di *Firewall*?