

## EVOLUZIONE DELLA INFORMAZIONE DI MONTAGNA ATTRAVERSO LA STORIA DELLE NUOVE TECNOLOGIE

*La rivoluzione Internet e Mobile degli ultimi trent'anni ha profondamente cambiato il nostro mondo e anche la comunicazione delle attività in montagna. Informazioni in tempo reale sono estremamente utili in un ambiente in cui le condizioni evolvono rapidamente, ma possono dare una falsa percezione di 'tutto sotto controllo' e una perdita di focus sulle scelte che devono essere prese sul campo. E i cambiamenti non si sono certo esauriti...*

Per inquadrare il tema di come la tecnologia ha rivoluzionato l'informazione di montagna è importante mettere in fila alcuni momenti chiave:

- 1991: al CERN di Ginevra, Tim Berners-Lee dà alla luce il programma **World Wide Web** (il Web), proposta per un progetto di ipertesto. Nasce un linguaggio per calcolatore che consente di 'navigare' un testo che, tramite parole chiave opportunamente attivate, può accedere a un testo sottostante.
- 1993: il National Center for Supercomputing Applications (NCSA) nell'Illinois rilascia **Mosaic**, il primo programma in grado di trattare testo, immagini e link ipertestuali.
- 1994: M. Andreessen (ex studente del NCSA) e J. Clark rilasciano **Netscape**, il browser che darà forma a quello che oggi, per molti, è l'unica interfaccia di un computer.
- 1995: l'1% della popolazione italiana ha accesso a Internet.
- 1996: nasce **Gulliver** e l'internet bollettino.
- 2001: J. Wales e L. Sanger creano **Wikipedia**, concretizzando il progetto che simboleggia la condivisione della conoscenza sulla rete.
- 2004: Mark Zuckerberg mette on-line **Facebook**, dando il via alla stagione dei social.
- 2007: Steve Job presenta **iPhone** e l'era dello smartphone ribalta il modo in cui accediamo (e condividiamo) le informazioni.



- 2023: il 77% della popolazione italiana, oltre il 90% di chi parte per un'escursione, ha uno Smartphone in tasca.

Nel 1993-94, a causa di una serie di scelte bislacche, mi trovavo nella Silicon Valley a occuparmi di elettronica per conto della Olivetti.

Passavo i miei weekend in Yosemite pentendomi di avere abbandonato le compagnie montagnine con le quali mi sarei potuto dedicare a quelle pareti. In settimana invece alternavo le giornate passate a progettare i server che, con l'arrivo della fibra ottica, avrebbero sostituito le onde radio nell'alimentare le nostre televisioni e le serate in cui scoprivo, in adrenalinici incontri e seminari, l'aria del World Wide Web, che sembrava destinato a cambiare il nostro futuro.

I colleghi 'marini' avevano adottato l'e-mail, lo strumento utilizzato per scambiarsi i dati delle nostre simulazioni con i colleghi in Italia. Loro creavano liste di indirizzi e chi andava a surfare inviava a tutti gli interessati un aggiornamento delle condizioni del vento e dell'onda nella baia o sull'oceano. Nelle loro caselle di posta elettronica, fra i messaggi di lavoro, occhieggiavano preziose informazioni per indirizzare le loro scelte di cosa fare appena lasciato l'ufficio.

Nel 1995 la Olivetti, con 'indubbia preveggenza', decise che quegli uffici di Cupertino non avevano più ragione di esistere per una azienda che si occupava di elettronica (!!!) e lasciò quegli uffici alla Apple. Io mi trovai davanti a un bivio: restare nel Far West a occuparmi di futuro o tornare alle 'mie' Alpi, che avevano segnato i miei vent'anni. Optai per le Alpi che, oltre a essere più nevose, si trovavano in un'Europa che mi sembrava garantire una società (più) sana in cui crescere una famiglia. Avevo deciso di abbandonare il Futuro a favore delle Alpi, ma tornavo con l'impressione che quello strano bagaglio di esperienze potesse tornare utile per cambiare il modo di organizzare la cosa che più amavo fare: andare in montagna.

Avevo passato i venerdì dei miei anni di scialpinista a telefonare agli amici che avevano avuto un giorno libero durante la settimana per sapere se avessero trovato neve fresca. Avevo passato tre anni della mia esistenza come gestore a rispondere al telefono («Pronto, Rifugio Torino, sono Albertone il maestro della previsione...») dispensando informazioni sulle condizioni riportate dagli alpinisti che rientravano dalle loro salite.



La scintilla scoccò. In montagna le condizioni cambiano in continuazione: per la neve fresca in una gita di scialpinismo basta una giornata di vento, per le condizioni di una cascata di ghiaccio un rialzo termico di 24 ore può cambiare tutto. C'era una tecnologia, semplice ed economica, che consentiva di raccogliere le informazioni in tempo reale. C'era un sistema, semplice ed economico, per diffondere informazioni rilevanti a un piccolo gruppo di popolazione (una Comunità).

Nacque [www.gulliver.it](http://www.gulliver.it) (il [www](http://www) faceva figo a quei tempi). Nel novembre del 1996 il sito faceva più o meno le stesse cose che fa adesso: gli utenti condividevano un 'Internet Bollettino', pubblicando informazioni sulle condizioni trovate nelle escursioni effettuate.

A utilizzarlo, però, eravamo in quattro gatti: qualche Olivettiano, qualche universitario nei dipartimenti di fisica di Trento e di Roma e qualche raro utente di quell'Internet cui accedeva l'1% della popolazione italiana.



Nei mesi seguenti tutte le sezioni del CAI, tutti i rifugi alpini e tutte le guide alpine andarono on-line per la prima volta della storia, sul primo Portale della montagna in Italia. Negli anni successivi, presso le università di Lossanna e di Trento, altri cominciarono a offrire servizi analoghi: *Skirando* (oggi *CampToCamp*) e *OverTheTop* furono i primi di una lunga serie a sviluppare, affinare e migliorare quell'idea semplice, ma così funzionale alla comunità di appassionati di Montagna. Il Web e in particolare queste Piattaforme Comunitarie avevano messo le basi per trasformare irrimediabilmente la modalità di organizzare le nostre uscite in montagna.

Gli anni 2000 si presentano con l'arrivo di nuovi strumenti che semplificano la pubblicazione sul Web: si comincia con le piattaforme di Blog e nel 2004 *Facebook* irrompe e rivoluziona la modalità di produzione di contenuti. Ciò che fino ad allora era possibile solo a chi sapeva utilizzare strumenti da addetti ai lavori, diventa alla portata di chi abbia accesso a Internet. Chiunque diventa in grado di pubblicare contenuti, ma, soprattutto, questo nuovo strumento diventa un incredibile acceleratore nell'aggregare persone con interessi comuni.



Alberto Giolitti  
(foto di Marco Spataro)

L'idea delle Piattaforme Comunitarie nasceva dal principio di una conoscenza che viene condivisa tra persone che accedono alla Piattaforma. Questa informazione viene processata, formattata e organizzata nel tempo, nello spazio e secondo le varie discipline.

*Facebook*, invece, si basa sul grafo delle relazioni e i contenuti fluiscono nel feed degli utenti in modo continuo ma destrutturato. *Facebook* mette al centro l'individuo e i contenuti che questo produce, ma non organizza quell'informazione in funzione di un utilizzo specifico

(nel nostro caso quello di avere degli elementi per scegliere una gita in montagna).

I gruppi sopperiscono, ma solo parzialmente, a questa 'destrutturazione' aggregando persone con interessi comuni. L'informazione a disposizione aumenta vertiginosamente, ma non offre gli elementi che garantiscono quella visione esaustiva necessaria per scegliere l'escursione da fare.

Per i siti come *Gulliver* la crescita esponenziale dei primi anni continua costante, ma rallenta la sua curva. La Comunità perde la partecipazione di alcuni membri che ritrovano una migliore visibilità pubblicando sulla propria pagina *Facebook*, in modo a loro più congeniale e senza i vincoli che una piattaforma richiede per organizzare una mole di informazioni in continua crescita.

La fine del primo decennio di questo secolo apre alla rivoluzione dello Smartphone. Questo nuovo oggetto rappresenta un ulteriore salto quantico nella produzione e nella fruizione delle informazioni che accompagnano le nostre attività in montagna.

Se, fino ad allora, l'alternativa alle guide cartacee erano i fogli A4 stampati con copie di siti internet (quanti



ne ho trovati nei bivacchi e nei rifugi, consumati dall'uso), pian piano tutto ciò di cui abbiamo bisogno lo troviamo nelle nostre tasche, sugli schermi dei nostri cellulari.

Con lo smartphone arrivano le App che ottimizzano l'esperienza dell'utente rispetto al Web con interfacce sempre più sofisticate, ma i cui costi di sviluppo ne limitano la diffusione solo alle piattaforme che possono permetterselo. E sono i Social quelli che ne traggono la consacrazione definitiva. Il Web si difende grazie alla sua resilienza, a una riprogettazione dei siti in versione mobile-compatibile e perché comunque continuano a garantire una informazione organica che i Social non consentono.

Lo smartphone porta l'immagine ad assumere un ruolo chiave di questa nuova era. La semplicità di condividere non solo i testi, ma anche le fotografie che l'apparecchio stesso può scattare, apre la porta ai nuovi social (*Instagram* su tutti). L'immagine che rappresentava una integrazione dell'informazione testuale assurge al ruolo di protagonista principale. Ancora una volta, a scapito di quella informazione completa che sarebbe necessaria per una scelta consapevole e responsabile.

Anche le Piattaforme Comunitarie

non sono esenti dalla 'socializzazione' dei loro partecipanti. Le nuove versioni cercano di trovare un equilibrio fra lo spirito originario che era quello di essere un compendio esaustivo per organizzare la propria gita e le spinte a diventare "il Social della montagna", strizzando l'occhio a quel mondo in continua evoluzione che esaspera (troppo) quegli elementi individualisti che mal si conciliano con la filosofia di chi in montagna ci va.

La nuova frontiera per i prossimi anni è sicuramente quella della Intelligenza Artificiale. Una tecnologia che potrebbe colmare quella frattura nella bulimia di informazioni su Piattaforme, Blog, Social, Siti istituzionali e Servizi di previsioni sempre più affidabili, 'digerendo' il tutto e sfornando tutte le mattine la migliore proposta per la gita del giorno, confezionata su misura per noi.

Ma questo è veramente quello che vogliamo?

Solo una piccola minoranza ha ancora il ricordo di cosa succedeva "prima", ma chiunque oggi vada in montagna, che sia un Preistorico, un Boomer, un Millennial o un Gen-Z, è condizionato dagli eventi che hanno caratterizzato questi

Per chi non s'ipporta o non s'Opporta ne frames ne script si consiglia un [approccio classico a Gulliver](#)

		<a href="#">Le Guide Alpine:</a> In montagna con sicurezza		La montagna
	<a href="#">Il Club Alpino Italiano</a> i rifugi e le attività		<a href="#">Freezer:</a> The snow board magazine	<a href="#">pedalare</a> Itinerari, indirizzi utili, tecnica ....
GULLIVER <a href="#">expo</a>		<a href="#">PIPAM:</a> la pesca a mosca in Italia	 I rifugi e le attività	
<a href="#">PAGAIARE:</a> la pagina della canoa		<a href="#">La neve e lo sci</a>		
		<a href="#">IVREA</a> ... e dintorni		

Per chi invece non s'ipporta o non s'Opporta ne frames ne script si consiglia un [approccio classico a Gulliver](#)

*Homepage di Gulliver come appariva nel gennaio del 1997*

anni di rivoluzione Internet e Mobile. Alzi la mano chi non ha mai scelto, almeno una volta, la gita in base a una bella foto vista su un Social o su *Gulliver*, salvo poi maledire la quantità di gente che si trova sul medesimo itinerario. Il telefonino è probabilmente la cosa meno dimenticata quando si parte per una gita,

meno dimenticata di un ARTVA per chi parte a fare una gita di scialpinismo o della corda per chi parte per una arrampicata!

**Alberto Giolitti**  
(ideatore di *Gulliver*  
– [giolitti@gulliver.it](mailto:giolitti@gulliver.it))

