



## I «social», palazzo di vetro senza pietà

Chiara Giaccardi, *avvenire*, 16 settembre 2016

Una giovane donna si suicida, dopo che il video di un suo rapporto sessuale viene diffuso da chi doveva tenerlo per sé, diventando virale. Rabbia, vergogna, incredulità per le parodie e la totale mancanza di solidarietà e sdegno per questa gogna digitale hanno spezzato una vita forse già fragile. Facile dire ora che non avrebbe dovuto lasciarsi filmare, e soprattutto non avrebbe dovuto condividere il filmato con quei pochi che poi non hanno esitato renderla zimbello del web.

Diciamo anche a margine che non sempre, e questa ne è prova lampante, i contenuti generati dall'utente sono una conquista e un motivo di orgoglio: possono diventare «prodotti ad alto inquinamento sociale», con una efficace espressione di Leonardo Becchetti.

Ma al di là dell'amaro impasto di tristezza, indignazione per la violenza simbolica (che ha sempre effetti molto concreti) e del «certo che poteva evitare» è necessario cercare di imparare qualcosa da questa triste vicenda, che non fa onore a nessuno.

Fermarci a pensare. Thinking what we are doing, come invitava a fare Hannah Arendt, in tempi bui, per non soccombere al male intorno. Questo caso, nella sua tragica concretezza, ci può far riflettere su processi più generali, nei quali siamo immersi anche come parte attiva, ma spesso troppo poco consapevole.

Ne menziono tre, sui quali questa vicenda, e troppe altre che le somigliano, devono farci meditare. Il primo è quello che tra gli studiosi viene definito il 'collasso dei contesti'. È stata la Tv a dare inizio a una riconfigurazione della geografia della vita sociale, sganciando l'esperienza dal luogo, riscrivendo i modi della vicinanza e della lontananza, rendendo pubblico il privato.

Con i social media questo processo si radicalizza: desideriamo raccontarci (l'atteggiamento di estimità ed estroflessione che è il contrario dell'intimità) e pensiamo di essere in una stanza a parlare coi nostri amici, mentre invece siamo su un palcoscenico senza confini. Viviamo di fatto come in un palazzo di vetro, dove tutti vedono tutti. E questo crea un problema.

Noi negoziamo infatti le nostre identità nelle relazioni con gli altri, in contesti diversi che richiedono una capacità di sintonizzarsi e assumere comportamenti appropriati; e questo implica la possibilità di rivelarci selettivamente ai diversi 'pubblici'. Non è, si badi bene, una forma di ipocrisia, bensì di consapevolezza delle differenze. Non si sta in famiglia come sul lavoro, non ci si comporta a una festa come a un funerale.

Oggi la gestione consapevole del nascondere/mostrare è diventata molto più difficile. E non è un caso che l'universo social stia privilegiando le applicazioni che consentono un'interazione più 'privata', più intima, più simile ai tradizionali contesti faccia a faccia: il tentativo è quello di suddividere di nuovo in stanze separate l'open space creato dai social media, di ripristinare la pluralità dei contesti. Ma siamo ancora lontani, e i rischi non mancano comunque.

Con i social media, in ogni caso, il broadcasting del sé raggiunge una scala molto ampia, lasciando tracce permanenti e recuperabili nel tempo, la cui accessibilità è al di fuori del nostro controllo. Esserne consapevoli è fondamentale. E introduce il secondo punto cui prestare attenzione: quello della comunicazione social è un mix tra self-generated (prodotto dall'utente) e other-generated content (immagini 'taggate', commenti ai post etc.). Le audience per i contenuti creati e condivisi sono multiple, interconnesse e invisibili, potenzialmente illimitate. E non controllabili. Ciò che noi produciamo non ci appartiene più e può essere usato contro di noi. L'illusione di essere 'proprietari' di ciò che abbiamo postato, delle nostre tracce nel web è davvero pericolosa, come si dimostra.

E infine, anche se le questioni sarebbero ancora molte, il rischio della perdita di realtà, che ci rende disumani. La mediazione del dispositivo che 'documenta per condividere' rischia di anestetizzarci, se ci adeguiamo semplicemente alla logica della fattibilità. Dove tutto è possibile, niente esiste davvero, scriveva Benasayag. Dove tutto è trasformabile in post e capitalizzabile in likes, nulla esiste davvero fuori di questa logica. Il «capitalismo delle emozioni» ci porta a produrre, anche cinicamente, contenuti che possano diventare rapidamente virali, senza altro ordine di considerazioni se non quello quantitativo, in prospettiva autoreferenziale.

Sì perché tutto questo, anche se non ci piace sentirlo dire, è figlio di un individualismo radicale dove niente conta più veramente, al di là di me. Dunque, non c'è solidarietà, compassione, rispetto che tenga. Nessuna ragione per mettere un limite alle nostre azioni. Perdita di realtà, anestesia, sé 'quantificato': non sono effetti necessari ma rischi in cui si cade senza accorgersene, se non si pensa a quel che si sta facendo. Se non si esce dalla logica di ciò che il dispositivo rende possibile, diventando puri esecutori d'istruzioni scritte da altri, in preda al bisogno smodato di essere visti.

Ecco perché, per citare un altro caso su questa scia, si arriva fino a filmare, sghignazzando, l'amica violentata nel bagno della discoteca. Probabilmente, pensando a quanti rilanci avrà il video. Perché del riconoscimento, della relazione il nostro io ha bisogno. E nella cornice dell'individualismo assoluto questo bisogno assume forme pervertite e disumane. È cronaca di questi giorni.

Le donne, vittime, arrivano a farsi stolidamente complici dei carnefici. La tecnologia non libera affatto, se non ne capiamo il senso, ma anzi può essere piegata a forme subdole e sempre più perverse di umiliazione e violenza. Pensiamo a quel che stiamo facendo, a dove stiamo andando, a dove sta il senso. Per far sì che il dolore non sia inutile. Per non rendere vana questa triste morte. Che Tiziana, ora, riposi in pace.

## I social network hanno il potere di uccidere

Paolo Crepet 15 settembre 2016, huffingtonpost

A un foulard, si è appesa. Era una ragazza bella, sorridente, ed è morta. Non si è suicidata, è morta ammazzata, non da una persona ma da tanti. Gli assassini sono i social network.

La sua "colpa" è stata una storia d'amore, una serata erotica ripresa da un telefonino. Qualcuno ha riversato sulla rete quelle immagini ed è stata la fine. Immediatamente, come un branco di piranha affamati, migliaia di navigatori digitali si sono accaniti su quelle immagini, moltiplicandole, commentandole, rendendole virali. E l'hanno, infine, spolpata.

Lei ha cercato l'oblio digitale (la più grande presa in giro: la rete funziona nell'immediato, l'oblio te lo concedono, se va bene, a mesi di distanza, quando tutto ormai è consumato), ha provato a cambiare nome e città: nulla da fare, i piranha digitali la raggiungevano ovunque, per strapparle l'ultimo lembo di corpo e di anima. Ora un avvocato tenterà di restituire l'onore: troppo tardi, troppo poco.

Una ragazza di 17 anni, a Rimini, è stata stuprata nel bagno di una discoteca, le immagini sono state girate dalle sue "**amiche**" e subito girate su whatsapp. Risultato? **Marchiata a vita.**

Immagino che la magistratura cercherà di intervenire, ma immagino anche la difesa che si arrampicherà su un facile:

*sono ragazzate, non sapevano quello che stavano facendo, sono minorenni...*

I social appaiono sempre più spesso come l'acqua calda che fa venire a galla gli gnocchi: così scopriamo quanto il mondo sia popolato di cinismo, indifferenza, crudeltà. Una spaventosa violenza gratuita si aggira tra le nostre case, dentro i nostri smartphone, tablet, computer.

Un popolo di frustrati e impotenti tenta di darsi un'identità uccidendo l'altro, soprattutto se sconosciuto, imbecille, arreso. Forse ci siamo illusi di essere migliori, ma la rete, implacabilmente, ci smaschera e fa galleggiare il peggio dell'umano.

Avvertendo questo pericolo, ho recentemente pubblicato "*Baciarmi senza rete*", non per invocare censura, ma buon senso. Utilizzare la tecnologia digitale non può significare finirne prigionieri, ma semplicemente continuare a esercitare il nostro libero arbitrio, la nostra capacità di critica.

I social network possono uccidere fisicamente e moralmente, soprattutto quando prendono il posto delle nostre relazioni, delle nostre emozioni, della nostra libera ragione: sono libertà quando si desiderano e galere quando si realizzano.

Ribellarsi alla dittatura digitale è diventata dunque una battaglia necessaria e urgente, che non implica alcun ritorno al passato, alcuna fuga regressiva o nostalgica, semplicemente un atto di dignità.

Per non far vincere il fanatismo sadico, quello che se la sa prendere solo con i più deboli e indifesi, per tentare di nascondere il proprio, personale naufragio.

E questa deve diventare nuova materia di riflessione per scuole e per famiglie, per non abdicare, per non pronunciare la frase più trita e inascoltabile, quella del "**così fan tutti...**".

Non è vero ciò che sento dire da tanti giovani: "**se non sei lì dentro sei già fuori**".

C'è un bel mondo che non è così connesso, ma creativo e felice, basta saperlo scegliere.

### Su quali social gli utenti trascorrono più tempo? Il semestre 2016

*New media 20 settembre 2016*

Quanto tempo trascorre in media ogni giorno un utente sul suo social network preferito? Quale social riesce a coinvolgere di più i propri utenti?

La risposta potrebbe sembrare scontata: Facebook.

E invece no, sorpresa! Stando a guardare agli ultimi dati raccolti e analizzati dal sito GlobalWebIndex nel secondo trimestre del 2016 a catalizzare maggiormente l'attenzione degli internauti iscritti ai vari social è stato **Tumblr**.

I suoi utenti infatti passano tra i vari post circa 3 ore e 15 minuti. Alle sue spalle si piazza **Snapchat**, dove gli utenti iscritti passano 3 ore e 8 minuti, circa 15 minuti in più rispetto al tempo speso dagli **Instagrammers**, e addirittura 1 ore in più al confronto di quanti hanno un profilo su Facebook.

La creatura di Zuckerberg chiude la Top 6 dei social considerati nell'analisi, che vede fuori dal podio **Pinterest**, dove gli utenti trascorrono 2 ore e 47 minuti, e **Twitter**, dove gli utenti spendono poco più di 2 ore e mezza – per la precisione 2 ore e 39 minuti – a cinguettare.

Secondo il sito, una spiegazione sui risultati potrebbe ricercarsi nell'età degli utenti che utilizzano Tumblr e Snapchat.

Essendo in media più giovani, rispetto ad esempio al pubblico di Facebook, comunque più ampio ed eterogeneo in termini anagrafici, tendono a essere più coinvolti nell'uso dei servizi di messaggistica e hanno anche maggiori probabilità di essere connessi tramite mobile.