

## Il volto umano del network

>>>> Dario Alberto Caprio

È considerato un vero e proprio fenomeno di massa il *social network* entrato di prepotenza anche nella nuova Garzantina e che si contende il primato della rete con *MySpace* Robert Murdoch. Dopo *Second Life* e *Youtube* ora è *Facebook* (il libro delle facce) ad attirare milioni di appassionati in tutto il mondo. E ogni giorno le adesioni aumentano: in estate gli italiani erano mezzo milione, ora sono già circa 6,5 milioni, secondo i dati del Garante sulla privacy.

Prima di *Facebook* c'era stato il momento di gloria di *Second Life*, il mondo virtuale tridimensionale multi-

utente, la cui peculiarità è quella di lasciare la libertà di “crearsi” un mondo nel quale proiettare la propria vita sotto forma di Avatar. Alcuni psichiatri sono arrivati a considerare *Second Life* un gioco pericoloso nel caso l'utente sia persuaso, anche a causa della forte influenza psicologica praticata dalla ditta produttrice per ragioni di guadagno, che sia veramente una seconda vita, anziché una finzione. Probabilmente dopo un po' il *Virtuale* può stancare, apparire meno intrigante, meno vivace e meno vitale del *Reale*. E perciò *Second Life*, a distanza di poco tempo, è caduta nell'oblio. Che fine ha fatto il Metaverso tanto osannato? È ancora lì ma gli utenti sono vertiginosamente calati, le aziende non investono più e i media ormai se ne sono dimenticati.

Quello che sembra invece resistere al

logorio è *Youtube*, che consente di navigare per guardare video caricati sul sito, spesso amatoriali e realizzati con cellulari o videocamere. Gli esperti parlano di “video virali”, capaci di attrarre milioni di utenti con il passaparola. Spesso viene associato a fatti di cronaca nera, ad episodi di bullismo, ad atti vandalici, a film “piratati” oppure ad azioni di mitomani. Ma, al di là del discutibile utilizzo che se ne fa, *Youtube* resta uno straordinario strumento di comunicazione dal basso.

Il successo di *Facebook*, che in poco tempo ha sbaragliato tutta la concorrenza, si spiega forse grazie alla pubblicità meno invadente, ad una migliore organizzazione dei profili degli utenti e dei loro contatti, alla possibilità di personalizzare la piattaforma pubblicitaria e all'accessibilità attraverso i dispositivi



mobili. In realtà *Facebook* è la prima rete sociale dove si resta se stessi, con il proprio nome e cognome e con tanto di foto, e forse proprio per questo potrebbe durare più a lungo.

Uno dei gruppi più numerosi in Italia è “6 gradi di separazione, l’esperimento italiano”: un gruppo che conta più di 300 mila iscritti e che si pone l’obiettivo di mettere in pratica la teoria proposta per la prima volta nel 1929 dallo scrittore ungherese Frigyes Karinthy nel racconto “Catene”, secondo la quale qualunque persona può essere collegata a qualunque altra persona attraverso una catena di conoscenze con non più di 5 intermediari. C’è il gruppo “Facciamo grande il Sud Italia”, rivolto a “tutti quelli che credono fermamente nelle potenzialità e nelle possibilità di crescita economico-culturali del Sud Italia”. Abbondano i gruppi che cercano lavoro: dalle casalinghe disperate, agli architetti precari, ai geometri sardi, alle ostetriche. C’è chi cerca un cantante per formare un gruppo musicale e c’è il gruppo che vuole salvare il teatro Ambra Jovinelli dalla chiusura. Ci sono quelli che vorrebbero in Italia lo *Spring break* (la festa di primavera che si svolge a Miami) e ci sono tanti “anonimi” che con una botta di narcisismo si lanciano nell’organizzazione di propri fan club. C’è il gruppo degli amanti della mozzarella di bufala, “I love mozzarella di bufala” e i gruppi in cerca di persone non rintracciabili. I gruppi alla ricerca dei vecchi compagni di scuola sono tra i più numerosi, ma anche tra i più patetici. Non mancano ovviamente i politici, soprattutto da quando Barack Obama ha tratto una cospicua fetta del suo successo proprio dal fenomeno *Facebook*. Nella rete è anche Silvio Berlusconi con 104.637 amici, mentre l’ex segretario del PD, Walter Veltroni, si ferma ad appena 25.194 sostenitori, ma è stato il primo ad aver organizzato a dicembre una festa nella Capitale per incontrare 600 dei suoi *Facebook Fans*. *Facebook* è una moda che attecchisce anche in ambienti non proprio avvezzi al passaparola. È il caso del cardinale



Crescenzo Sepe, arcivescovo di Napoli, che con la sua iscrizione ha addirittura toccato il limite massimo di amici consentito dal sistema. Negli ambienti ecclesiastici, però, è ancora visto con qualche sospetto: assolto da *Civiltà Cattolica* e dall’*Osservatore Romano*, resta, infatti, sotto osservazione da parte della CEI.

La rapida espansione di *Facebook* è sicuramente un fenomeno complesso, non facilmente analizzabile e che genera pareri contraddittori. Non è facile, comunque, inquadrarlo all’interno dell’analisi dei consumi mediatici, soprattutto giovanili, che evidenzia come la molteplicità dei media a disposizione spinga i giovani (ma non solo loro) a passare dall’uno all’altro, favorendo quello che il Censis ha chiamato “nomadismo mediatico”, che si accompagna ad una forma di disincanto generata dall’integrazione dei mezzi e dal-

l’assenza di una vera e propria prospettiva gerarchica tra essi. Un contesto in cui i mezzi diventano più importanti dei contenuti ed il video, lo schermo interattivo, la multimedialità, internet, la realtà virtuale e l’interattività ci sovraeccitano coi *segn*i facendoci perdere sempre di più il *senso*.

Viene in mente una bella storia su Susan Sontag raccontata da Jean Baudrillard ne *Il patto di lucidità o l’intelligenza del male*: “Mentre assiste davanti alla televisione allo sbarco sulla Luna, le persone intorno a lei dicono che, in fondo, a tutta quella storia loro non ci credono. E lei a chiedere: “Ma allora, cosa guardate?”. E quelli rispondono: “Oh, noi guardiamo la televisione!”.

“Fantastico”, chiosa Baudrillard, “non vedono la Luna, solo lo schermo che mostra la Luna. Non vedono il messaggio, vedono solo l’immagine”.

La crisi del PD

# Troppo passato e poco futuro

>>>> Luciano Cafagna