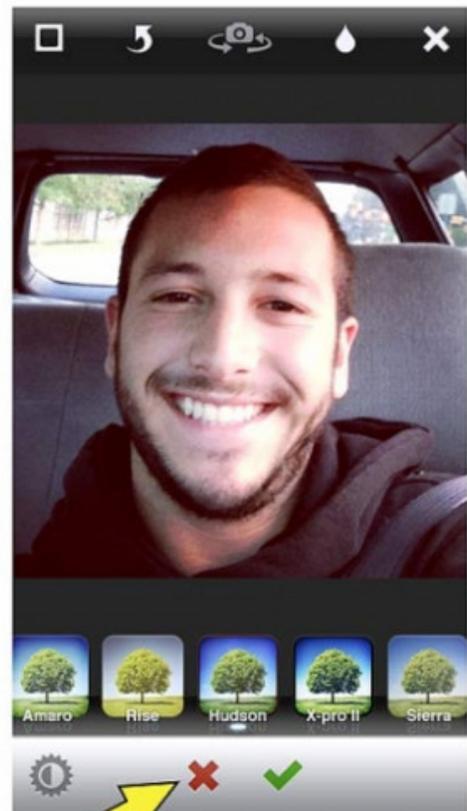
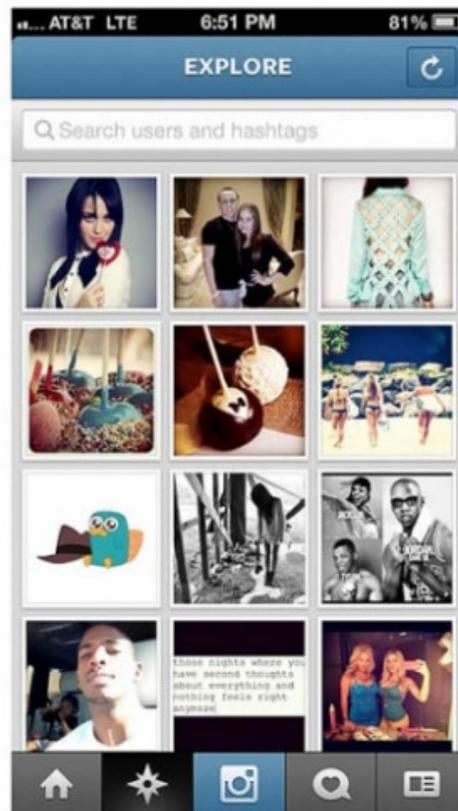


TEMPI MODERNI

Social Network, specchio della pigrizia di pensiero

CULTURA

12_12_2016



Di poche settimane fa è la notizia dell'ultima evoluzione di *Instagram*, il social network acquisito da Facebook ricco di contenuti visuali, che sarà possibile inserire nelle *Stories* (successione di brevi video e foto che tendono a scomparire nel tempo) video in diretta e contenuti con una durata limitata nel tempo (gestibile da chi produce il contenuto).

In pratica, Instagram seguirà - come fatto, appunto, per le stories - un altro social

network molto in voga tra i giovani UK, USA e, in parte, anche italiani: *Snapchat*. Snapchat funziona proprio così: contenuti “effimeri”, che non perdurano sulla piattaforma, condivisibili con una cerchia di amici e sempre visivi. Video e foto che possono essere ritoccate con *geofilter* (cornici che rappresentano la localizzazione geografica dove il contenuto è stato postato), emoticon e disegni.

Su questa linea, Facebook aveva già acquistato MSQR all’inizio dell’anno.

Masquerade (questo il nome intero) consentiva di fare selfie-video con immagine sovrapposte al viso del soggetto: potevi tramutarti in una fata, in uno zombie, perfino nell’ex presidente Obama. Su Facebook e Instagram che mimano Snapchat si potrebbe scrivere un articolo a sé stante, ciò che interessa però è un altro punto.

Facebook e Instagram possono essere considerati alla stregua dei più importanti e prolifici social network odierni (basti pensare alla crisi che perdura ormai da tempo in Twitter, di cui abbiamo parlato sempre su questo sito): cercano di trarre il meglio da Snapchat, che è utilizzato da un pubblico giovane, la cosiddetta “Generazione X”. Questi sono i fruitori di domani, pertanto quello di Zuckerberg altro non è che un’innovazione per mantenere le proprie piattaforme performanti anche domani.

Tuttavia, quali sono le grandi linee guida che identificano questo sviluppo? Esse possono essere così trattate:

Più diretta, meno mediazione. Prima c’era Meerkat, poi Periscope, entrambe molto famose in fase di startup ma sempre meno chiacchierate. La prima è stata anche chiusa, la seconda risale alla ribalta ogni tanto, purtroppo anche per notizie di cronaca nera. Sono - erano - entrambe due piattaforme di live-video: la seconda integrata e sviluppata in seno a Twitter. Esse permettevano di postare live video su Twitter, perlopiù per fini giornalistici. Poi a maggio è arrivata la ragazza parigina che si è ripresa con Periscope mentre si gettava sotto un treno, rigettando il brand in cima alle discussioni.

Anche Facebook nel corso del 2016 ha ampliato a tutti i suoi utenti la possibilità di fare video in diretta. Essi sono anche molto valorizzati dall’algoritmo del NewsFeed, che spesso li lancia in cima alla pagina. Insomma, il *live* piace. Il “fascino della diretta” sui social ha ancora il suo valore, esso tuttavia alle volte può mascherare una certa superficialità di pensiero, prediligendo la “parola a vanvera” o il fatto più astruso al pensiero sul discorso e sul fatto stesso. Insomma, la produzione immediata e non giudicata può mascherare una pigrizia di pensiero.

Più visto, meno letto. Non è una novità che sui social si preferiscano immagini e video

ai testi, tanto che l'algoritmo di Facebook tende a preferirli nel proprio Newsfeed. Inoltre, i contenuti che da sempre tendono a generare maggior volume di interazione sono proprio quelli visuali (Instagram, ad esempio). Ciò è esemplificativo di un tratto non per forza negativo: una bella immagine funziona ,meglio di un buon testo.

L'uomo è pigro. Se può fruire di qualcosa in pochi istanti è un bene, soprattutto se l'alternativa passa dalla lettura di un testo che può durare qualche secondo in più. La velocità di fruizione è, ancora una volta, un espediente che preserva l'attenzione del lettore, salvandolo da sforzi ulteriori.

Più effimero, meno duraturo. Tante volte si è parlato di diritto all'oblio della rete. Ciò che finisce sulla rete rimane sulla rete, sempre. È del 13 settembre la notizia del suicidio di Tiziana Cantone, finita alla gogna dopo la pubblicazione in rete del video dove fa sesso orale con un amante. Anche lei aveva richiesto - e ottenuto - il diritto all'oblio, con la cancellazione di tutti i contenuti a lei relativi su internet. Purtroppo, ciò non è bastato a frenare la pubblicazione di un contenuto ormai virale. E si è suicidata.

D'altra parte, ciò che è effimero per sua natura porta a una maggiore irresponsabilità. Non è raro che, su Snapchat, i giovani si scambiassero foto delle proprie intimità, poi cancellate in automatico dalla piattaforma. Ciò che è effimero non ha ancora bisogno di pensiero, perché non esisterà più.

Questi tre trend nascono da un fatto comune, la pigrizia di pensiero. E sposa le necessità del pubblico digitale più giovane. Viene preso a obiettivo dai grandi fautori di contenuti, che ripropongono gli stessi formati per risultare più appetibili in futuro, generando così un circolo vizioso. I social network non saranno più luogo di espressione democratica di un pensiero, ma luogo di espressione temporaneo, virtuale ed effimero di un non-pensiero.