

LA SCHIAVITÀ DEL LIKE E LA DITTATURA DELLA LEGGEREZZA – di Nico Tanzi

ZURIGO\ aise\ - “Una ricerca di mercato effettuata dalla società russa Kaspersky Lab aveva rivelato già nel 2017 che sempre più persone, nella loro ricerca ossessiva di like sui social network, arrivano a rinunciare di fatto alla privacy, mettendo in piazza la propria abitazione (37%), la propria mail personale (31%), la propria relazione (30%) e anche il proprio posto di lavoro (18%). Un intervistato su tre aveva affermato inoltre di avere, per colpa dei social, iniziato a comunicare sempre meno con genitori, figli, amici e colleghi, e uno su quattro anche con il/la partner”. Partono da qui le riflessioni che Nico Tanzi affida alle pagine de “La Rivista”, mensile diretto a Zurigo da Giangi Cretti. “Anche per questo molti avevano accolto con sollievo, qualche mese fa, la notizia che Instagram, il social network più usato per la condivisione di foto, avrebbe eliminato dalle sue pagine la possibilità di conteggiare i “mi piace”. Motivo della decisione: mettere un freno alla cosiddetta “dipendenza da like” che affligge un numero enorme di utenti, condannati a escogitare modi sempre più perversi di catturare l’attenzione dei loro followers. Ma l’esperimento non è durato molto, e Instagram ha dovuto tornare sui suoi passi. I suoi utenti hanno dichiarato a chiare lettere - in commenti, richieste pressanti e anche vere e proprie petizioni - di non avere nessuna intenzione di rinunciare al conta-like. Non solo gli influencer, che guadagnano in base al numero di “mi piace” e di followers. Non solo le aziende, che investono sui social una parte sempre più consistente dei loro budget pubblicitari. Ma anche, forse soprattutto, gli utenti “normali”. La cui autostima è direttamente legata al bisogno di mostrare al mondo quanto valgono. L’unità di misura, ovviamente, è il numero di like. Arrivati a questo punto, non resta che scoprire quale sarà il passo successivo sulla strada dell’auto-esposizione a scopo di riconoscimento sociale. La risposta è già qui; si chiama TikTok, è una app di origine cinese e offre agli utenti la possibilità di creare video musicali di 15 secondi. Con un profluvio di effetti speciali, e in particolare il “lip dub”: che ti fa muovere le labbra facendo finta di cantare la canzone in sottofondo. Una sciocchezza, verrebbe da dire. Ma questa sciocchezza è stata la app più scaricata nel 2019. Si diffonde con un ritmo tale che negli Stati Uniti c’è chi pensa (seriamente) di indagare sulla possibilità che si tratti di una minaccia alla sicurezza nazionale. Per il governo indiano quella di TikTok è una “cultura degradante” che provoca problemi di salute tra gli adolescenti e incoraggia alla pornografia e alla pedofilia. Perché nella ricerca estrema del like anche bambine di 10 anni sono indotte a imitare le loro icone preferite, esibendosi in pose e balletti seducenti e ammiccanti. Così il voyeurismo si sposa al narcisismo, e agli adolescenti si aggiungono sempre di più anche gli adulti. Come ha scritto Riccardo Luna su Wired, “quando si è capito quanto fosse divertente fare i cretini senza essere messi all’indice, l’età degli utenti si è alzata. È la voglia di leggerezza che prevale sulla voglia di crescere. Era facile: chi ha davvero voglia di andare incontro al futuro con quello che c’è in giro? Meglio fare gli scemi. In fondo su TikTok si tratta di fare questo: cose sciocche, imbarazzanti”. Non a caso su TikTok il tempo non esiste. I video non sono datati. Non fa differenza che siano di un minuto o un anno fa: l’importante è che catturino l’attenzione - e i like. Niente notizie, di conseguenza (e niente fake news, commenti offensivi, messaggi d’odio e tutta la spazzatura cui si è abituati su Facebook o Twitter). Una dimensione fuori dello spazio e (appunto) del tempo, un limbo in cui oltre un miliardo di persone fanno finta di essere in un mondo a parte. Neanche Orwell avrebbe osato immaginarlo. Forse”. (aise)