

IL FOGLIETTONE

Flore Murard-Yovanovitch

floremy2@gmail.com

Un ambiente sociale superaffollato dove invece trionfano la solitudine e il narcisismo
Forse l'online è meno democratico, egualitario e accessibile di come finora è stata dipinto

OSSESSIONATI IN RETE
CONNESSI MA ISOLATI

La Rete è il primo "ambiente sociale" della storia dove, senza uscire di casa, una persona si può vestire, ordinare cibo, divertimento e fare "una specie" di sesso. Nell'affollata solitudine high-tech, siamo sempre connessi, ma monadi isolate. La blogosfera sta radicalmente modificando le nostre vite. Eppure provate, nel coro di cyberentusiasmo ad accennare una sola critica a Internet e sarete immediatamente bollati di "reazionari" poco fashion... Eppure sarebbe più che mai lecito interrogarsi su come questo nuovo contesto tecnologico influenzi la vita sociale e la cultura; su ciò che il genere umano sta diventando. Siamo all'era dell'Uomo Interneticus, come annunciava brillantemente il saggista e critico culturale del *New York Times* Lee Siegel, nel suo pamphlet "Against the machine", tradotto oggi "Homo Interneticus. Restare umani nell'era dell'ossessione digitale"?

Forse la Rete è meno democratica, egualitaria e accessibile di come abbiamo voluto dipingerla "tecnofili utopisti" come Malcom Gladwell o Kevin Kelly. Il frenetico flusso di notizie, mischiato alla valanga di pop up, chat e pubblicità, non è necessariamente informazione né conoscenza. La popolarità online, non altro che volontaria fama virale. Sostiene Siegel: e se la logica del mercato e una potente ideologia neoliberista, da cui la rete sembrava immune, fossero proprio il suo fondamento? Impacchettare la propria persona - il "packaging" - e venderla al meglio su YouTube e MySpace, come si farebbe di una merce, non risponde alla logica

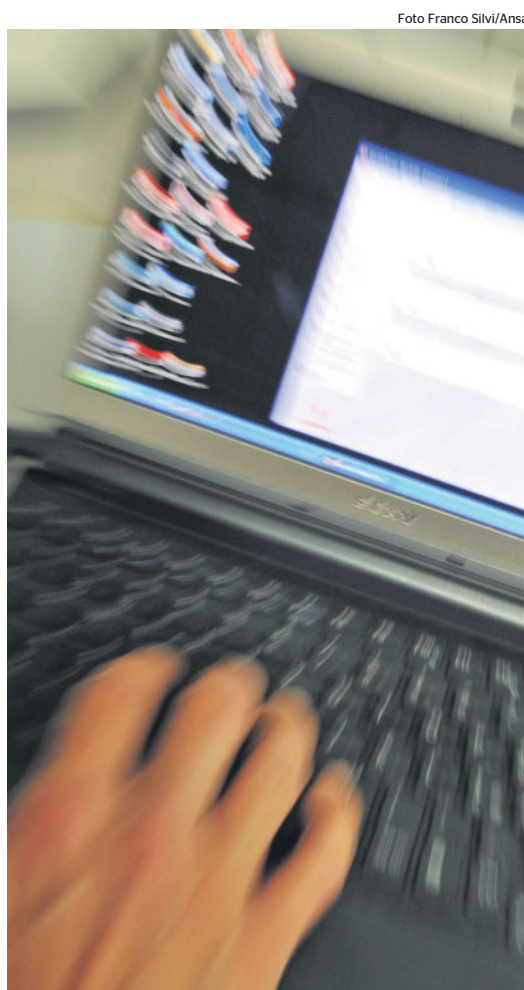


Foto Franco Silvi/Ansa

di qualsiasi transazione commerciale? Non a caso il "prosumer" - il consumatore diventato produttore - è, per Alvin Toffler, il "consumatore ideale"; persino il suo tempo libero è dedicato alla autopromozione della propria messa in scena...

Ma questa perenne e sapiente costruzione di una "privacy" pubblica, è forse lo sconvolgimento più profondo tra le sfere di privato e pubblico. Come se per relazionarsi agli altri, fosse ormai necessario diventare produttori dello Spettacolo, ma celare sempre maggiormente la propria vita. La tanto valorizzata "autoespressione", poi, non è necessariamente creatività - i geni non nascono online - né l'auto-produzione è sinonimo di più immaginazione. Al contrario, come scrive Siegel, il successo di Internet dipende dalla sua capacità di assecondare un bisogno narcisistico di esaltare il proprio io. Per Christopher Lasch, il narcisista era uno «la cui percezione di sé dipende unicamente dall'approvazione di altre persone, di cui tuttavia non gli importa nulla»... Uno spunto per noi nuovi narcisi online. Di sicuro, l'assenza di una dialettica fisica e reale fra le persone rischia di ridurre l'"altro" a fantasma astratto delle proprie proiezioni e ha un patologico potenziale di regressione autoreferenziale e anaffettiva. Ma questo è vietato anche pensarlo: la rete è progresso e non tollera, ancora, una coscienza critica. E se questo radicale scombussolamento dei rapporti umani fosse invece la vera fase suprema del capitalismo? Nonostante Lenin...❖

tiscali: adv

Per la tua pubblicità su **l'Unità****Tiscali ADV:**Viale Enrico Forlanini 21,
20134 Milano

tel. 02.30901230

mail: advertising@it.tiscali.com

Per necrologie, adesioni, anniversari
telefonare al numero 02.30901290dal lunedì al venerdì ore 10:00-12:30;
15:00-17:30sabato e domenica tel 06.58557380
ore 16:30-18:30Tariffa base+Iva: 5,80 euro a parola (non
verranno conteggiati spazi e punteggiatura)Per pubblicità legale, finanziaria ed
istituzionale:**INTEL MEDIA PUBBLICITA' SRL**

tel. 0883-347995

fax: 0883-390606

mail: info@intelmedia.it