



Web e social network

La Rete ha un'ideologia

Come cambia la politica ai tempi di Facebook

Il declino dei mediatori esterni ha già modificato lo spazio pubblico. La democrazia non è in pericolo ma è bene usare Internet con spirito critico

MASSIMO ADINOLFI
massimo.adinolfi@gmail.com

ABBIAMO UN PROBLEMA POLITICO CON FACEBOOK. NON SI TRATTA DELL'ASSETTO PROPRIETARIO, DEL VALORE STIMATO DELLA SOCIETÀ O DI PREOCCUPAZIONI PER LA CONCORRENZA. Si tratta proprio di come è organizzato lo spazio virtuale del social network più diffuso al mondo. Se ne è occupato di recente un ricercatore senese, Riccardo Castellana, con l'aiuto degli strumenti della critica letteraria e della ricerca antropologica. In particolare, di René Girard. A Girard dobbiamo infatti una distinzione fondamentale per capire come funziona la creatura di Mark Zuckerberg. Lo studioso francese l'ha applicata fra l'altro ai personaggi di Dostoevskij, di Stendhal o di Flaubert, ma non troppo sorprendentemente torna utile anche a noi. Si tratta della differenza fra mediatore esterno e mediatore interno, e del modo in cui orienta il desiderio umano. Quel che viene mediato è infatti il desiderio, che si dirige su questo oggetto o su quello solo perché qualcun altro vuole questo o quello, rendendolo così desiderabile per noi.

Ma, ecco il punto, un conto è se la mediazione è esercitata da un soggetto ben distante, magari irraggiungibile e idealizzato - un mediatore esterno, appunto -, un altro è se invece si tratta di un soggetto a noi vicino, anzi prossimo, così tanto da essere proprio come noi. Un *friend*, insomma.

Su Facebook è questo, infatti, che accade. Niente mediatore esterno, niente figure terze, niente relazioni "verticali" con un ideale lontano, ma una miriade di piccole relazioni orizzontali con individui insieme ai quali condividiamo interessi, scambiamo poke, linkiamo pagine. Sheryl Sandberg, Chief operating officer di Facebook, l'ha spiegata così: «Non importa se a 100.000 persone piace x: se alle tre persone a te più vicine piace y, a te piacerà y». Le tre persone più vicine stanno per l'appunto nella posizione di mediatori interni, e in grazia di questa posizione risultano maledettamente più credibili, diretti, autentici. In una parola, la sola che quando si fa business veramente conta: efficaci.

Ora, se si trattasse solo di strategie di marketing e volumi di vendita, poco male: ci si potrebbe fare ben presto l'abitudine. Ma il fatto è che attraverso questa diversa strutturazione delle relazioni sociali passano profonde modificazioni dello spazio pubblico, e non basta quindi limitarsi ad osservarle con distaccato spirito scientifico. E, si badi, non si tratta nemmeno di rilevare soltanto fenomeni come la spudorata esibizione della vita privata (Facebook è zeppo di fotografie), dalla quale si può dire che quasi più nessuno è

immune, o della infantilizzazione dei comportamenti, ossia di quello che Benjamin Barber ha chiamato il nuovo "ethos infantilista" del capitalismo contemporaneo. Il fatto è che in tutti questi casi viene palesemente contraddetto il profilo dell'uomo pubblico così come è stato definito in età moderna.

La sfera pubblica andava infatti rigorosamente distinta dalla sfera privata o familiare della casa: un conto è l'*oikos*, un altro la *polis*. La modernità politica nasce anzi proprio quando riesce a spezzare definitivamente ogni parentela o commistione fra quegli spazi e le relazioni che in essi si istituiscono. Ma questa distinzione cede ormai il passo alla confusione, ed è sempre più difficile tracciare in rete i confini del pubblico e del privato.

Quanto all'infantilizzazione degli stili di vita (e delle scelte di consumo): non contraddice forse la figura del cittadino autonomo e responsabile, qualificato giuridicamente e politicamente in virtù della raggiunta maggiore età? Ma ancora più significativa, perché gravida di conseguenze, è la caduta verticale del mediatore esterno: quella infatti era la posizione, il luogo terzo tradizionalmente occupato dalle figure istituzionali: dal maestro, per esempio, o dall'uomo politico. La crisi di autorità del mediatore esterno, il fatto che i nostri sguardi e i nostri desideri si rivolgono in rete molto più facilmente a mediatori interni - non a figure idealizzate ma proprio a persone come noi - di colpo rischia di invecchiare tutta la comunicazione istituzionale, ma anche di ridefinire i luoghi stessi di formazione e di esercizio della soggettività politica.

Dunque un problema ce l'abbiamo, con Facebook. James Gibson, fondatore della teoria ecologica della percezione, diceva: chiediti non cosa c'è dentro la testa di colui che guarda, ma cosa c'è intorno. Se cambia il paesaggio, cambiano infatti pure le teste - e i pensieri. E il paesaggio, indubbiamente, sta cambiando. Dopodiché non si dirà certo che per questo la democrazia è in pericolo, ma perlomeno non si esalteranno acriticamente le nuove forme della partecipazione online o della vita in diretta come straordinari avanzamenti democratici.

Noi conosciamo storicamente la democrazia come luogo della mediazione e della rappresentanza, e certo non è detto che sia l'unica modalità possibile. Poiché però sappiamo anche, grazie a Girard, che assenza di mediazione esterna significa pure possibilità di contagio mimetico e innesco incontrollato di rivalità, abbiamo tutte le ragioni per nutrire simpatia per il nuovo, ma anche per coltivare qualche sana diffidenza e un po' di spirito critico.

LETTERATURA : Ecco «Destino», l'ultimo romanzo di Carlos Fuentes P. 18

CINEMA : A Cannes Allen e Polanski rubano la scena P. 19 LA STORIA : La guerra di

Marianna e dei suoi cinque bambini TELEVISIONE : Nel nome della Padania P. 21