

LO SPECIALE

SUI SOCIAL NETWORK SIAMO SEMPRE PIÙ NUMEROSI
MA L'ATTENZIONE È UN BENE CHE SCARSEGGIA
LE IMMAGINI SONO PIÙ VELOCI E CI FANNO NOTARE

DAVIDE BENNATO

Sociologo, esperto di media digitali



Autoscatto con Papa

● Anche Papa Francesco si è sottoposto al «selfie» di un gruppo di ragazzi in visita a San Pietro. Dal cellulare di uno degli scout piacentini, la foto ha fatto il giro del mondo.



Spettacolo e politica

● All'ex segretario di Stato Usa Hillary Clinton e all'attrice Meryl Streep non mancano certo i fotografi. Ma anche loro si sono concesse un gioioso «selfie».



Il privato diventa condiviso

● Testimoniare un momento privato con un autoscatto da condividere con amici e parenti è ormai la norma su molti social network.

CHE NUMERI

...
Pinterest e Tumblr
crescono dell'80%
Instagram ha 75 milioni
di utenti al giorno e 35
milioni di autoscatti

Cos'hanno in comune Papa Francesco, Luca Parmitano, Dart Vader, Barack Obama assieme a David Cameron e Helle Thorning-Schmidt, Hillary Clinton con Meril Streep, Alessandro Cattelan con gli One Direction, Marina Berlusconi con Francesca Pascale? Sono stati tutti protagonisti di *selfie*, ovvero la pratica di fare delle foto con autoscatto col telefonino e condividerle nei social network.

Secondo l'Oxford Dictionaries, è *selfie* la parola che caratterizza il 2013, sia perché è stata particolarmente di moda nell'anno appena trascorso, sia perché ha avuto un incremento nell'uso della lingua inglese di oltre il 17.000%.

LA SVOLTA DEL 2013

Il caso del *selfie* è la punta dell'iceberg di un fenomeno che ha cominciato a prendere piede a partire dalla fine del 2012 ed è letteralmente esploso nel 2013. L'ascesa del web visuale: un web fatto per essere guardato e non per essere letto. I dati di questo cambiamento comunicativo sono davvero impressionanti. **Pinterest** – il popolare social network basato sulle immagini – e **Tumblr** sono cresciuti rispettivamente dell'88% e del 74% negli ultimi 12 mesi, più di ogni altro social network. L'attività più diffusa su **Facebook** e **Google Plus** è diventata la condivisione delle foto, con punte di quasi mezzo miliardo di utenti che sulla piattaforma di Zuckerberg usano le foto come principale mezzo di comunicazione. **Instagram**, lo strumento principe per la condivisione delle foto col telefonino (e luogo di maggiore diffusione dei *selfie*) conta oltre 75 milioni di utenti al giorno che caricano quotidianamente una media di 55 milioni di foto, per un totale di 16 miliardi di immagini da quando la app è nata nel 2010, di cui 35 milioni sono *selfie*.

Perché quest'ascesa vertiginosa nell'uso delle immagini (foto, disegni, illustrazioni, emoticon grafiche) nel web sociale? Una risposta sbrigativa potrebbe essere il narcisismo: la voglia di imporre la propria identità attraverso un atto di vanità. In realtà da una prospettiva sociologica le cose sono più complicate e la risposta a questo fenomeno

non è frutto di un mix di cultura, società e tecnologia.

In primo luogo l'immediatezza: i social network sono usati sempre più spesso con tecnologie mobili e la velocità che si ha nel comunicare condividendo o caricando una foto è molto più rapida della scrittura di un testo, per quanto breve esso sia. In secondo luogo l'emozione: i social media sono luoghi per condividere una sensazione con i propri contatti e la leva comunicativa che si usa sono i sentimenti, spesso più facili da esprimere in forma visuale che in forma testuale. In terzo luogo c'è l'attenzione: l'attenzione nei social media è un bene scarso, troppe informazioni, troppo veloci e da troppe fonti diverse, l'immagine in questo caso può essere un buon viatico per attirare lo sguardo della rete dei contatti. Poi c'è la voglia di esprimere la propria identità: le foto – e non necessariamente le foto di noi stessi – sono un buon modo per dire al mondo chi siamo, ovve-

Selfie

L'inarrestabile ascesa del web visuale

ro, come vogliamo essere visti.

È una pratica che ben conoscono gli adolescenti, abituati come sono a cambiare con notevole frequenza la foto del proprio profilo per esprimere lo stato d'animo in cui si trovano, ben più frequentemente degli adulti che sono abituati a considerare la foto che usano per identificarsi nei social network come modo per presentarsi agli "altri", spesso in maniera conformista. Poi c'è la voglia di usare la propria creatività: essere creativi vuol dire scegliere l'immagine giusta per dire le cose, ma anche il filtro cromatico giusto messo a disposizione dalle applicazioni mobili per abbellire uno scatto, oppure la giusta sequenza di foto da comporre in un collage che magari non sarà artistico, ma sarà una prova della propria creatività.

Il modo più semplice per capire la complessità dei fattori in gioco quando si cerca di spiegare un fenomeno sociale legato al web è considerarlo in

continuità con la vita quotidiana delle persone: non chiedersi cosa faccia internet alle persone, ma cosa le persone fanno con internet.

Se si considera la rete non come luogo "altro", ma come spazio di comunicazione fra le persone, allora tante pratiche che sembrano incomprensibili o fuori luogo, improvvisamente assumono senso, magari non le condividiamo, ma diventano più comprensibili, più umane.

UN SOCIAL CON LA CORNETTA

Capita che quando parliamo al telefono copriamo il ricevitore con la mano per non farci sentire, ma mai faremmo un gesto del genere in presenza del nostro interlocutore. Allo stesso modo, la foto, magari banalotta, che viene messa sul social network di turno non potrebbe essere compresa se non si considerasse due cose. La prima è che è una forma modificata di comunicazione interpersonale – come la conversazione telefonica – e come tale ha le sue regole e i suoi tic.

La seconda è che stiamo lasciando un pezzetto di noi stessi, del nostro gusto, della nostra storia, del nostro vissuto quotidiano, che magari non sarà la vita ricca di emozioni dei vip a cui televisione e la stampa gossip ci ha abituato, ma ci appartiene e tanto basta. Che poi il messaggio sia ovvio, il gusto sia discutibile, la storia quotidiana sia indistinguibile da quella di infinite altre è più che possibile, ma la foto dirà molto della vita di chi ha deciso di pubblicarla su **Instagram** o su **Facebook**.

Se poi le foto che arrivano dai nostri contatti dei social network ci pongono questioni etiche, politiche, estetiche, non è giusto chiedersi perché quel nostro conoscente ha postato la foto, ma più corretto chiedersi per quale motivo abbiamo deciso che quel conoscente facesse parte dei nostri contatti.

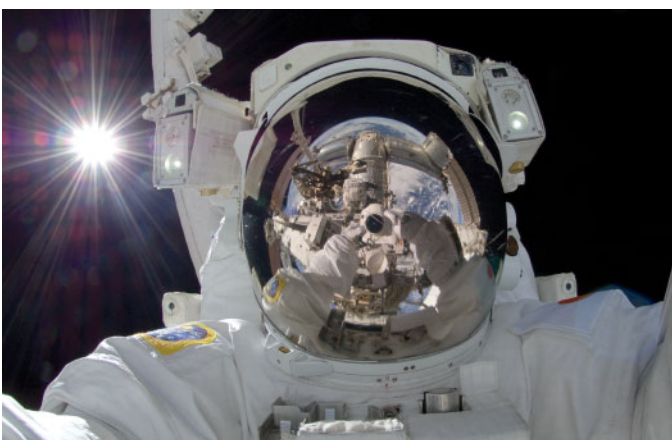
Il modo sbagliato per affrontare la questione è chiedersi se la foto sia bella o brutta. Una domanda così formulata per un'immagine pubblicata in un social network è mal posta.

D'altronde la bellezza è negli occhi di chi guarda, e gli occhi sono lo specchio dell'anima. Quindi dell'identità.



La foto nel posto sbagliato

● Ha suscitato polemiche il «selfie» con cui un Obama sorridente si fotografava insieme a Cameron e alla premier danese durante la cerimonia funebre per Nelson Mandela.



Nello spazio profondo

● Particolarmente suggestivi gli scatti realizzati dagli astronauti nello spazio. Un vero fanatico dei social network si è rivelato l'italiano Luca Parmitano nella sua missione sulla SSI.



Non è solo narcisismo

● Non c'è solo narcisismo nella crescita esponenziale delle foto personali sui social network, ma questo fenomeno è frutto di un mix complesso di cultura, società e tecnologia.