

Individui e soggetti collettivi, folle scatenate e privacy

scritto da Gilberto Pierazzuoli

Per una critica del capitalismo digitale XII parte

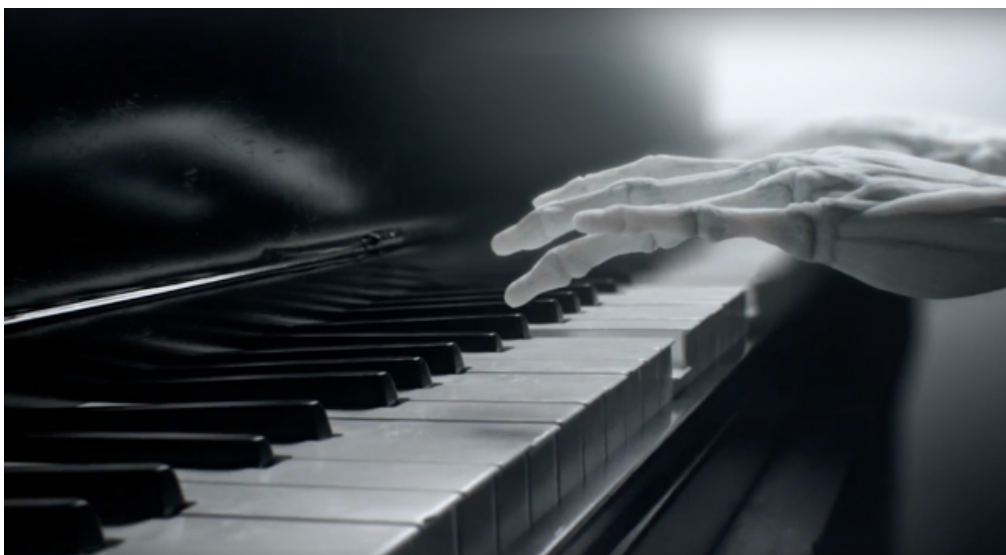
Il complottismo e le bufale trovano un terreno fertile in rete. La libertà in rete, l'ingresso libero e gratuito a strumenti di comunicazione digitali ha permesso che in rete possano accedere anche i cretini come diceva Umberto Eco, o semplicemente che l'anonimato o l'identità virtuale in rete permettono che ogni tipo di teoria trovi i suoi adepti i quali, al riparo dalla vergogna, accettano o promuovono idee anche strampalate. La rete è un potente veicolo della semantica delle emozioni legate al riconoscimento di sé. La tua personalità, identità, in rete oscilla tra la possibilità di potersi creare un avatar di fantasia, a quella di poter essere la vittima del bullismo digitale che è una pratica che non si esaurisce con la fine dell'adolescenza. Mettere alla berlina è infatti una delle possibilità della relazione con gli altri. Il fatto è che in rete interagisci sia con persone che ti conoscono anche nel mondo analogico, ma anche con amici virtuali, sino ai perfetti sconosciuti che puoi virtualmente incontrare in un gruppo o su una pagina di Facebook. In rete puoi abbracciare un'opinione e difenderla senza paura di essere realmente rifiutato.



La velocità della rete si inimica tutti i comportamenti che si prendono del tempo. La riflessione, la prudenza, la circospezione, la cautela, e le emozioni tristi come la vergogna (la rete è euforizzante) e le altre emozioni passive. Quello che si fa nelle piazze del dibattito in rete, equivale a una discussione in un bar affollato frequentato da persone che hanno bevuto la quantità d'alcol bastante a far loro perdere i freni inibitori. Puoi difendere una presa di posizione sino a pensare di

spaccare la faccia a interlocutori virtuali che si dichiarano di opinione diversa.

Nella vita mondana che segna l'esistenza al mondo, nel mondo analogico, la vergogna ci fa emergere dall'anonimato del "si" (dell'impersonale). Il rossore ci segna e ci distingue. Conquistiamo una visibilità perché con la vergogna il nostro viso, il volto, precedentemente anonimo si mostra, viene visto (per rossore si intendono tutte le reazioni gestuali e somatiche che la vergogna produce). Nascondersi, tornare nell'anonimato dell'appartenenza agli altri, al "si", all'impersonale del "si", non è possibile perché il rossore ti segna. È il sé che ponendosi nei panni degli altri, dell'altro, non si riconosce, non si approva, un sé che si liquefa perché lo specchio del mondo non contiene quel viso. La vergogna sarebbe un riflesso, perché si ha sempre vergogna di qualche cosa e questo qualcosa si dimostra essere l'io stesso, quello che Sartre chiama il *per Sé*. Ci sarebbe cioè come un circuito autoreferenziale in cui il per Sé quando prova vergogna ha vergogna di sé stesso. Ma questo cortocircuito riflessivo non è bastevole, c'è un modo più autentico di spiegare il concetto di vergogna che non è infatti ed in origine un fenomeno di riflessione perché alla fin fine «la vergogna nella sua struttura prima è vergogna *di fronte a qualcuno*» (Sartre p. 272). «Altri è il mediatore indispensabile tra me e me stesso: ho vergogna di me stesso *quale appaio* ad altri» (Ivi p. 272). Ma la vergogna non fa semplicemente riferimento a caratteri che gli altri mi attribuiscono, ma soltanto a quelli che in qualche modo io *riconosco*. Ed è in questo la sua apparente riflessività. Allora, la vergogna in rete può esistere soltanto quando in rete trovi il con_essere, l'impersonale delle tue frequentazioni fuori dalla rete. Senza questo fuori, non c'è vergogna, non c'è inibizione né ritenzione. La vergogna in rete è possibile soltanto a partire dal fuori rete, dall'azzardo possibile soltanto *senza rete*.



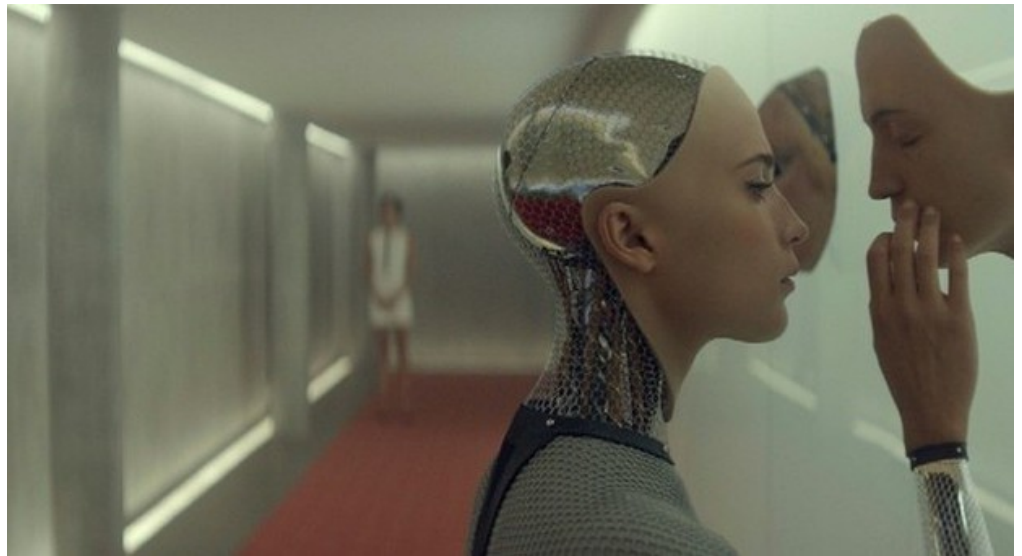
L'effetto [cerchia](#) ristretta, d'altra parte, produce alla distanza una comunanza aleatoria, seppur compattata intorno a un'idea, un presa di posizione per

quanto stramba possa essere. Il disagio sociale cerca dei responsabili. Brancolando nel buio della rete ci si attacca dove si trova e intorno a questo appiglio scarno e riconoscibile si ricama la narrazione che dispiega un orizzonte possibile, più o meno probabile e accomunante. Ci sta di tutto: ufo, scie chimiche, terrapiattismo. Viene prima l'orizzonte e dopo la narrazione. Il contrario, una narrazione che dischiuda l'orizzonte, non è possibile, è troppo laboriosa, troppo lenta. In rete vince il botta e risposta. Il volume dell'enunciato e non il senso della enunciazione.

Le aggregazioni animali, umani compresi, sono molteplici: popolo, moltitudine, masse, folle, ma anche, sciame, muta, orda, branco, gregge. Ma non sono sinonimi, non sono termini intercambiabili. Una moltitudine si fa folla quando condivide qualcosa, quando l'atomizzazione viene ricomposta in un credo, in un fideismo. La moltitudine è una potenzialità, esprime la proprietà di una possibile aggregazione; la folla ha invece una agenzialità. La folla è pericolosa, bisogna disperdere la folla, tagliare i legami che la determinano. La folla, il branco, danno un'identità ai singoli abbracciando un'ipotesi, un'interpretazione. L'atto di dividerle fa la folla e ti fa; ti fa esistere. È questa la tua esistenza in rete: la partecipazione a un linciaggio, la lapidazione del cattivo; l'allarme, lo "al lupo", "al lupo". La folla è reattiva, non propositiva. La folla può fare le rivoluzioni, ma non gestire il potere. In rete siamo disperatamente alla ricerca di qualcosa che ci faccia diventare folla; ne va della tua esistenza, seppur virtuale. Le aggregazioni sono i *like*, i *follower*, le condivisioni. Il cosa, è quello che piace alle folle, mai il contenuto specifico di uno dei partecipanti, semmai il senso comune. Ma, come abbiamo visto, in rete il senso comune alimenta l'algoritmo che poi lo restituisce alla rete, lo impone alla rete. Se la rete è lo specchio narcisistico delle comunicazioni al tempo del Capitalismo Digitale, non ci resta altro da fare che abbracciare il senso comune, enfatizzarlo, gridarlo. Nell'universo digitale le masse, siano esse popolo o moltitudine, abbiano o meno una agenzialità, rispecchino o meno una composizione, in realtà non esistono. Sono campionamenti, cifre alle quali si cerca di dare un senso. Significanti senza referente per un significato pensato algebricamente, subordinato all'algoritmo di scopo. E, nel Capitalismo Digitale, come in ogni forma di capitalismo, lo scopo è il profitto. L'assoggettamento delle masse al capitale diviene perciò, in questa contingenza, asserzione obbligatoria.

I leader, al tempo dei media elettronici sono bugiardi. Così diceva Fisher di Tony

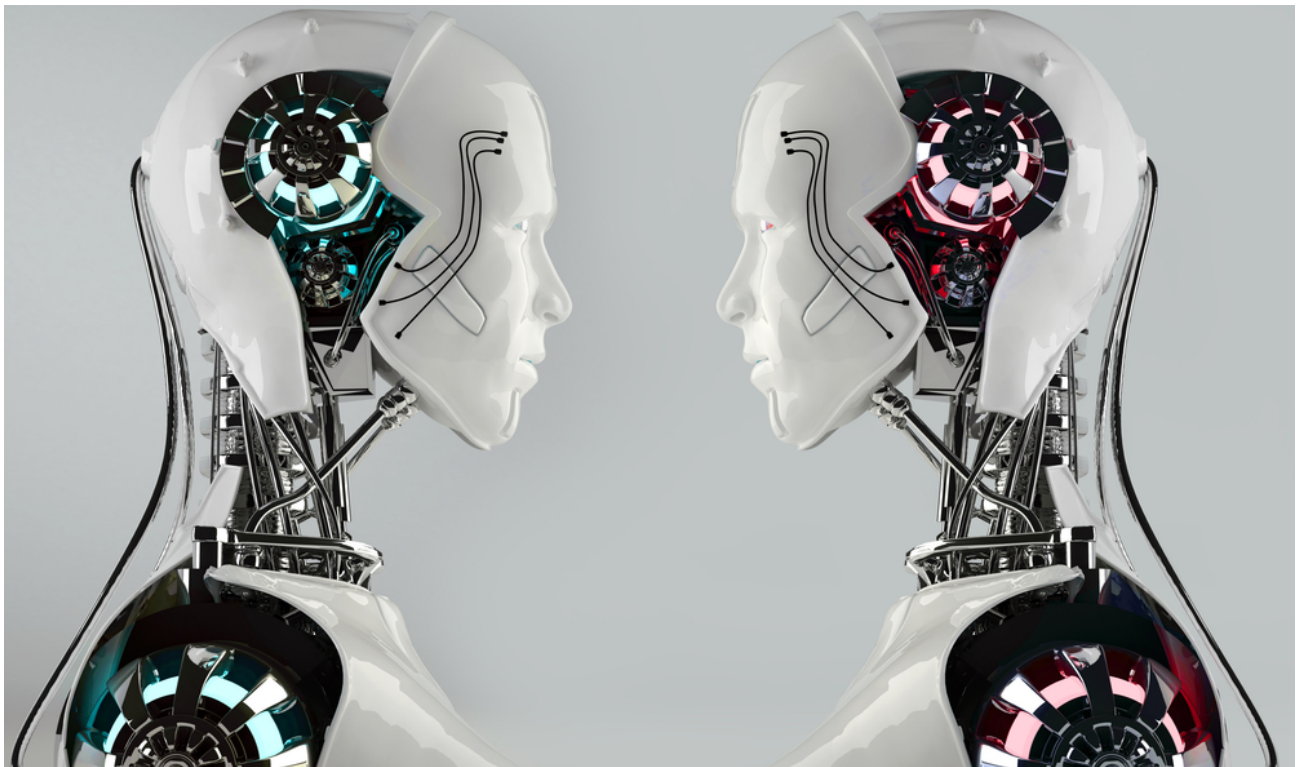
Blair, così si dice di alcuni politici italiani. Ma non lo fanno apposta, sono leader proprio perché sono naturalmente portati per le menzogne. Il media digitale ha bisogno di qualcuno che le spari grosse, un'affermazione ponderata non infiamma gli animi, non chiama i *like*, l'indignazione e la condivisione. Al di là della indelebile



memoria digitale, il media elettronico ha la memoria corta. Passata la bufera che veicola il messaggio politico, bisogna inventarsene un altro, anch'esso sopra le righe, non importa che sia coerente con il messaggio precedente; può affermare il perfetto contrario, ma quello che importa è che cavalchi l'onda. L'onda del risentimento, dell'indignazione; l'ondivagare umorale della folla. L'ondivagare umorale dell'opinione, della *doxa*.

La probabilità che un post arrivi a molte persone è in relazione al numero di interazioni. Per perseguire questo obiettivo occorre un contenuto provocatorio. La rete è alimentata dai "troll" che tramite messaggi irritanti, fuori tema, anche errati, fomentano gli animi e moltiplicano la visibilità. Così si veicolano bufale, idee complottiste, ma anche odio razziale, insofferenze verso la casta. Tutto il disagio sociale trova sbocco in questa forma di linguaggio che ruota intorno al concetto di "giustizia fai da te". Le ingiustizie ci sono e sembra che nessuno si adoperi per farle cessare, allora ti unisci al coro di chi manifesta la propria intolleranza. La performatività delle parole è massima per le offese o per termini legati all'emotività e all'aggressività. È più alta nel caso di uno scontro che di un incontro. Per questo si dice di moderare le parole. Per questo il media digitale è un contenitore ideale per le [shitstorm](#). Nei media digitali il risentimento sfocia nelle *shitstorm*. Il risentimento è diverso dalla rabbia; il risentimento si accumula e poi esplode come la rabbia, ma non è reattivo se non per l'effetto della ultima goccia. Lo *shitstorm* non è un'invettiva, non è un picco espressivo è un'onda, un'onda di merda.

Questa non è una prerogativa della *gente*, ma un comportamento indotto dalla rete. Ma non dalla rete in quanto tale, ma dal modo di trarre profitto dall'esistenza di certe piattaforme. È un interesse del proprietario della piattaforma, non degli iscritti alla stessa. La piattaforma non è una struttura pubblica, è un progetto di un privato (o di una società privata) che ci ha investito molti soldi e che ci deve guadagnare. Il suo obiettivo è farti rimanere il più possibile in rete e carpirti quanti più dati possibile. Lo scopo, come abbiamo detto più volte, è quello di profilarti, di individuarti come consumatore. L'algoritmo vuole sapere il più possibile su di te. Ma la tua singolarità, quello che il sistema sa di te, ha anche altre finalità: arricchisce la base di dati sulla quale lavorano gli algoritmi e attraverso la quale il proprietario della piattaforma può mettere in piedi più servizi. Aumenta la base statistica di predizione e condizionamento che fa efficiente l'algoritmo.



L
a
t
u
t
e
l
a
d
e
ll
a
p
r
i

vacy è qualcosa che percepiamo come astratta. La nostra vita è organizzata secondo dei criteri che svelano o opacizzano alcuni momenti rispetto ad altri. È un fatto legato a quello che è mostrabile in pubblico rispetto a quello che richiede uno spazio protetto. Sono regole che rimandano a convenzioni sociali, peraltro mutevoli. Si mangia in compagnia, si defeca solitari chiusi in una stanza apposita. Nel film "Il fascino discreto della borghesia" di Luis Bunuel le usanze sono invertite evidenziando la loro convenzionalità e, con essa, la decadenza della borghesia. In Cina i gabinetti pubblici sono collettivi. I telefoni *pubblici* erano

contenuti in gabbie per permettere la riservatezza delle comunicazioni; adesso, con i telefoni personali, si comunica in ogni luogo, in strada, sul bus o sulla metropolitana. Le case sono fornite di porte che possono venire aperte o chiuse a seconda del livello di privacy che vogliamo avere. Insomma la privacy fa parte dei nostri comportamenti quotidiani tanto da essere così tanto automatizzata da non richiedere un nostro livello particolare di attenzione. Quando ci parlano di tutela della privacy, in prima istanza, il problema sembrerebbe senza importanza, altra cosa se qualcuno forza la porta del bagno o posta in rete delle tue immagini imbarazzanti. Il fatto che alcune immagini il fatto di essere imbarazzanti è di nuovo in funzione di una convenzione per la quale certe condivisioni assumono un senso all'interno di un rapporto privato e non lo hanno per i rapporti pubblici. Il fatto che tutto quello che fai in rete venga registrato e che non hai nessun controllo o poco controllo su quei dati, se ci pensiamo bene può essere inquietante. Ma anche questo avviene sullo sfondo, in background. La tua profilazione non è tangibile. I dati che hai fornito non sono tuoi, sono di coloro ai quali hai dato inconsapevolmente il permesso di raccoglierti. Il possesso di quei dati non è così indifferente. Come se la profilazione a fini pubblicitari dei colossi tecnologici privati e l'esercizio del monopolio legale della violenza, caratteristica fondamentale del potere pubblico, fossero la stessa cosa. Il pubblico, lo stato, attraverso quei dati può fare qualche cosa di più che provare a convincerti ad acquistare qualcosa. I dati sui tuoi movimenti rivelano le tue associazioni sociali, sessuali, religiose e politiche e, a partire da uno stato di eccezione successivo a una pandemia o altro disastro, potrebbero essere usate per prendere dei provvedimenti nei confronti di questo o di quello: Di questo o di quel gruppo che i dati hanno circoscritto. Il potenziale di invasioni di privacy, abusi e stigmatizzazione è enorme. In alcuni casi è soltanto un potenziale, ma in altri lo vediamo già operare, vedi per esempio la discriminazione di cui ho parlato precedentemente.

Jean Paul Sartre, *L'essere e il nulla. La condizione umana secondo l'esistenzialismo*, il Saggiatore, Milano 2008.

***Gilberto Pierazzuoli**

[Qui la I parte](#)

[Qui la II](#)

[Qui la III](#)

[Qui la IV](#)

[Qui la V](#)

[Qui la VI](#)

[Qui la VII](#)

[Qui la VIII](#)

[Qui la IX](#)

[Qui la X](#)

[Qui la XI](#)