

## L'INNO DI BABELLE

di ALDO GRASSO

Forum tv: <https://forumcorriere.corriere.it/televisioni>

# Il mio io su Internet mi mente

«La rappresentazione quotidiana del nostro io su Internet corrisponde ancora alla metafora della recitazione di Goffman (Erving Goffman, *La vita quotidiana come rappresentazione*, 1959; ndr).

ETWANE/CONTRASTO

La saggista canadese del *New Yorker* Jia Tolentino, 31 anni

C'è il palco, c'è un pubblico. Ma Internet aggiunge una miriade di altre strutture metaforiche da incubo: lo specchio, l'eco, il panopticon. Mentre ci muoviamo su Internet, i nostri dati personali vengono monitorati, registrati e rivenduti da una serie di società: un regime di sorveglianza tecnologica involontaria, che diminuisce la nostra resistenza alla pratica dell'autosorveglianza volontaria sui social media». Quando Jia Tolentino è stata assunta dal *New Yorker* aveva 27 anni e doveva occuparsi di musica, libri, Internet, femminismo e analizzare i fenomeni sociali dei millennial. Nel 2017, un anno dopo, Forbes la include nella lista dei 30 under 30. Adesso, da par suo, ci spiega che i social servono a raccontarci

un po' più fighi di quanto siamo in realtà.

È da poco uscito il suo primo libro, *Trick Mirror: Reflections on Self-Delusion*, raccolta di saggi su Internet, social, religione, femminismo, reality, letteratura e molto altro (in Italia è pubblicato da NR, traduzione di Simona Siri). Jia Tolentino ha la capacità rara di essere nel mezzo della battaglia e di saper descrivere la medesima con sufficiente distacco. Internet è stato il suo brodo di coltura ma adesso si è accorta che è uno «specchio deformante»: «Facebook è diventato triviale, estenuante, noioso. Instagram sembrava meglio, ma ha presto rivelato la sua funzione di circolo dove ostentare felicità, popolarità e successo. Twitter, con tutte le sue promesse, è diventato

il luogo in cui lamentarsi di tutto, dalle compagnie aeree agli articoli degli altri».

Tolentino racconta l'evoluzione di Internet, descrive le comunità immateriali create dai social, analizza la ricerca della fama attraverso i media, spiega i modelli femminili imposti dai libri, ma il tema centrale del libro, o comunque il più affascinante, è quello sulla costruzione della nostra identità fondata, in buona sostanza, sull'autoinganno. Di qui le contraddizioni, le narrazioni legate alla percezione che abbiamo di noi stessi e della realtà che ci circonda: «La libertà promessa da Internet ha iniziato a sembrare qualcosa il cui maggiore potenziale risiede nell'uso improprio».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## DIRITTO E ROVESCIO



«Boicottate Zuck che semina odio!»  
Ma la pubblicità ad agosto è tornata

di DAVIDE CASATI  
e MARTINA PENNISI

Fino al 31 luglio, Facebook era sotto quella che sembrava una gravissima minaccia. Un boicottaggio. E che boicottaggio: centinaia di marchi avevano annunciato lo stop alla pubblicità per protestare contro la presenza di contenuti d'odio. Zuckerberg si era detto sicuro che «gli investitori torneranno presto». Il boicottaggio, ufficialmente, è finito il 1° agosto. E sembra che Zuck ci avesse visto giusto. Secondo un sondaggio condotto a luglio da Digiday, il 41% delle aziende erano intenzionate a tornare dal 1° agosto; un altro 26% entro settembre; un altro 13 entro dicembre. E le azioni? A inizio 2020 una di Fb valeva 208 dollari; a fine luglio, 233. Certo: Facebook non è immune da guai. L'audizione al Congresso Usa del 29 luglio ha rimesso al centro le accuse antitrust a Menlo Park. E il 28 luglio un video colmo di informazioni false sul coronavirus ha ricevuto più di 20 milioni di visualizzazioni in 24 ore, prima di essere bloccato. Ma la questione della moderazione dei contenuti non troverà soluzioni in tempi rapidi. E nel frattempo, Facebook è troppo grande – e funzionale – perché gli investitori pubblicitari possano farne a meno. Almeno per ora.

© RIPRODUZIONE RISERVATA