

# OSSESSIONE SELFIE



**#34, 2014** **Vite davanti all'obiettivo. Vite passate a ritrarsi: come a convincersi di esistere davvero. Sprofondiamo in un delirio narcisistico. Dalle radici lunghe**

**DI ROSELINA SALEMI**

**D**ire che di selfie si muore è un'esagerazione. Però a Collette Moreno, 26 anni, madre di un bimbo di 5, la foto con l'amica che era alla guida (stavano andando a festeggiare il suo addio al nubilato al lago di Ozarks, Missouri) è costata la vita. L'attimo fuggente è stato l'ultimo.

Courtney Ann Sanford, 32 anni, del Nord Carolina, si è schiantata con l'auto dopo aver postato un non fondamentale messaggio con foto su Facebook: "La canzone Happy mi rende felice." Si è distratta, ha invaso la carreggiata opposta, ha urtato un camion, è fi-

nita in un fosso e la macchina ha preso fuoco. È successo il giorno in cui Facebook annunciava la possibilità di scattare e inviare selfie con un unico tocco. Sempre più facile. Troppo: un'indagine Ford su 7000 giovani automobilisti europei (18-24 anni) dimostra che il 25% non resiste alla tentazione del selfie mentre guida, nonostante il rischio. La voce "autoscatto al volante" vede al primo posto la Romania (97%), seguita da Germania (55%), Regno Unito (43%), Belgio e Francia (41%). L'Italia è penultima (40%), fanalino di coda la Spagna (32%).

Un selfie distrae mediamente per 14 secondi. Controllare i social network ne impegna



20. Tanti: un'auto che viaggia a 100 chilometri l'ora può coprire lo spazio di cinque campi di calcio o sbandare e provocare un disastro. Dal sorriso al funerale. Jim Graham, direttore del programma "Ford Driving Skill for Life" ha preso la questione molto a cuore annunciando una vera e propria crociata contro l'uso degli smartphone mentre si guida, ma il numero degli incidenti cresce: 3328 morti nel 2012.

Una piccola guerra. E un indizio. Il sintomo di un'abitudine e forse di una dipendenza che preoccupa sociologi come Jean-Pierre Le Goff e fa dire a psicoanalisti come Michel Stora: «Siamo passati da una società inibita

e piena di segreti a una società esibizionista».

Certe volte i numeri dicono tutto. Nel 2013, 56 milioni di selfie sono approdati su Instagram. Due miliardi di occhi sono puntati sull'immenso red carpet virtuale, sulle finestre socchiuse che ci permettono di spiare le vite degli altri e di far guardare agli altri la nostra. Hillary Clinton e Miley Cyrus, Bill Clinton e Bill Gates insieme a un meeting, nessuno sfugge. Angela Merkel sorride con i vincitori dei mondiali di calcio a Rio. Papa Francesco, che già non è un tipo formale, appare senza imbarazzo nello scatto di tre entusiasti ragazzi di Piacenza. L'astronauta giapponese Aki Hoshide posta un'immagine

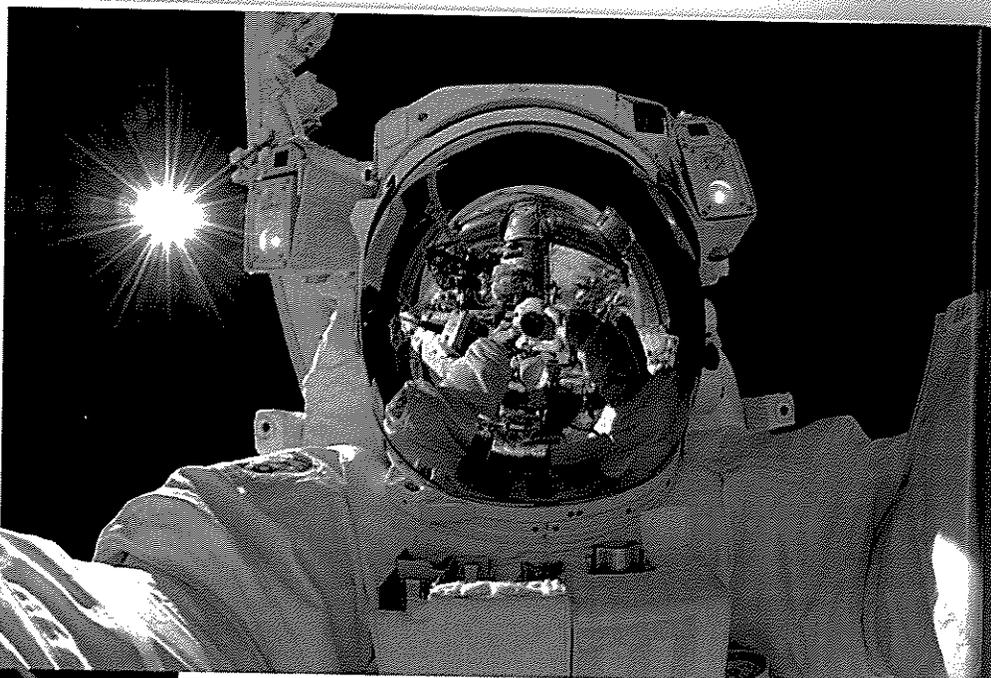
FOTO GRANDE: TUMULTI A BARCELONA PER IL PRIMO MAGGIO, MA LE TURISTE SI FANNO UN SELFIE. QUI SOPRA: DOPO LA VITTORIA AI MONDIALI DI RIO, SELFIE DI LUKAS PODOLSKI E BASTIAN SCHWEINSTEIGER

dalla profondità dello spazio, quello italiano Luca Parmitano fa lo stesso in orbita attorno alla Terra. Barack Obama, il primo ministro britannico David Cameron e quello danese, Helle Thorning, fortemente criticati, selfizzano durante il funerale di Nelson Mandela.

Tutto è cominciato ovviamente con le star. Alcune sono famose per essere famose, esistono perché hanno deciso di esistere. Kim Kardashian, fresca sposa del rapper Kanye West, ha fatto della sua vita uno spettacolo- ▶

## Società

**Chiunque ha diritto ad avere un pubblico. Ragazzone che posano nude, scalatori di grattacieli, star. In un gioco di reciproca contemplazione**



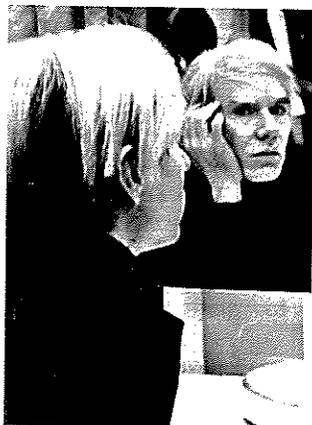
lo. La vediamo in piscina, assieme alla figlia North, vestita per lo show di Jimmy Kimmel, con i jeans superskinny e il lato B che invade lo schermo, a messa e al mare. Con i suoi 16 milioni di follower su Instagram ha sdoganato la foto privata e ha legioni di imitatrici. Al di là delle forme estreme, non c'è mito hollywoodiano, teen idol e sex symbol che non offra un pezzetto di sé per marketing o per

controllando lo stato di avanzamento del tatuaggio che dalla coscia le arriva alla vita.

Ma chiunque può avere un pubblico. Ragazzone che posano seminude, fitness girl come l'americana Jen Selter, "il sedere più bello di Instagram", scalatori di grattacieli, acrobati del parkour, in un gioco di specchi e di reciproca contemplazione. «Selfie deriva da selfhood, individualismo, e selfish,

vanità. James Franco, provocatorio, a torso nudo infila la mano proprio là, Cameron Diaz si mostra senza trucco per lanciare "The Body Book", la top Natalia Vodianova condivide una sua immagine mentre allatta il figlio Maxim di un anno (c'è chi avrebbe pagato, e tanto, per quelle foto), Rumer Willis, figlia di Bruce e di Demi Moore, protesta contro la censura postando su Twitter uno scatto in topless per strada. Asia Argento lascia che i follower vengano a lei

egoista», ricorda lo psicologo Edoardo Giusti, autore di un importante saggio sul narcisismo. «Anche se non si tratta di una novità assoluta (il primo autoritratto è del 1840), è un momento di onnipotenza: attore e regista coincidono. La fotografia esprime il desiderio di conoscere il desiderio dell'altro, i suoi giudizi, i suoi "I like". A livello psicobiologico questo "I like" è un tiramisù, somministra ossitocina digitale. Abbassa stress e ansia. Compensa la mancanza di autostima, di sicurezza. Esorcizza l'incubo dell'invisibilità. Permette di trovare amicizie in modo freddo, senza rischiare, senza mettersi davvero in gioco. Gli adolescenti entrano nel mondo delle relazioni con più facilità, condividono opinioni e foto sexy che si autodistruggono. Alla fine, privilegiano la quantità più che la qualità. Conta il numero degli "amici" che hai e quello delle visualizzazioni. Se non puoi dimostrare di esistere, non esisti. La visibilità è verità. Perciò si comincia a parlare di selfie generation». O di "me-me generation", i venti-trentenni, figli a loro volta della "me generation", cioè i baby boomers.



## La profezia di Andy Warhol

**FEBBRAIO 1968**

Andy Warhol pubblica una profetica riga nel catalogo di una mostra al Moderna Museet di Stoccolma: "Nel futuro ognuno sarà famoso per quindici minuti."

Oggi il quarto d'ora di celebrità è diventato un diritto.

**2005**

Nasce YouTube, piattaforma web che consente la condivisione e la

visualizzazione in rete di video.

È il terzo sito più visitato al mondo dopo Google e Facebook, enorme archivio e memoria collettiva.

**DICEMBRE 2006**

Un computer-specchio, una tastiera e una sola parola: You. La copertina di "Time" che celebra "The Man of the Year", è una sorpresa. "L'uomo dell'anno sei tu", dice il settimanale al lettore che vede riflesso il suo viso.



SELFIE D'AUTORE: DA SINISTRA IN SENSO ORARIO QUELLI DI USAIN BOLT; L'ASTRONAUTA AKI HOSHIDE; MICHELLE OBAMA; BARACK OBAMA CON DAVID CAMERON ED HELLE THORNING SCHMIDT. IN BASSO: QUELLO DI BRADLEY COOPER, IL PIÙ VISTO AL MONDO

Ovvero l'egocentrismo al quadrato.

La convinzione di essere unici, straordinari è alla base di un ansioso bisogno di riconoscimento. Il look, i capelli colorati, un'esperienza insolita (il selfie scattato addirittura ad Auschwitz, il nudo provocatorio); tutto va bene. Perciò immaginarsi la doccia fredda quando il professor David McCulloch, nel suo discorso (ormai must su Youtube) alla cerimonia dei diplomi a Wellesley, Massachusetts, nel 2012 ha cominciato così: «Voi siete coccolati e viziati, non pensiate di essere speciali. Altri adulti -pieni di impegni- vi hanno cresciuto, vi hanno nutrito, vi hanno pulito la bocca, istruito, incoraggiato e ora miracolosamente avete conquistato il liceo. Ecco, bravi, siamo tutti qui a celebrarvi, ma non crediate per questo di essere eccezionali». Il video è appunto diventato un must perché rivela la dittatura dell'autostima: genitori in

estasi davanti ai figli, con l'obbligo di esclamare: «Meraviglioso!» anche di fronte al più insignificante dei risultati. E il terrore che le critiche possano generare traumi.

Ma i ragazzi hanno già trovato la loro via di fuga nel mondo digitale. «È come se fotografandosi cercassero l'identità che non possiedono, e la trovassero più attraverso la

loro rete che attraverso i loro occhi», riflette il filosofo Umberto Galimberti: «quasi una forma di autismo. La comunità virtuale è onnipotente nella relazione, ma impotente nel sapere viso-corpo. Così come ha imposto il lifting perché è vietato sembrare vecchi (non invecchiare è impossibile) il giovanilismo impone le mode: essere su Facebook ▶



**Un "tu" rivolto (vedi computer e tastiera) agli sconosciuti protagonisti dell'informazione globale.**

#### OTTOBRE 2013

Il mondo del selfie entra per la prima volta in un museo. La mostra di ritratti "autorealizzati" National #Selfie Portrait Gallery apre con successo al Moving Image Contemporary Art Fair di Londra.

#### 2 MARZO 2014

La conduttrice della notte degli Oscar, Ellen DeGeneres, condivide sul suo

#### profilo Twitter uno scatto realizzato

in "selfie" da Bradley Cooper, seminando lo scompiglio nell'ufficialissima consegna dei premi.

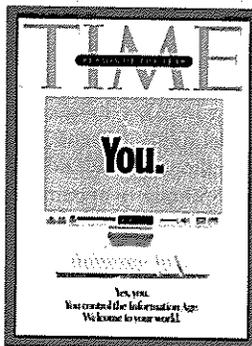
Ci sono tutti:

Jennifer Lawrence, Brad Pitt, Angelina Jolie, Julia Roberts, Meryl Streep e Kevin Spacey.

La foto, ribattezzata "Elifé", è stata tweettata più di 3,2 milioni di volte.

Ed è la più vista in assoluto, in tutto il mondo.

#### OGGI: LE SELFIE STAR



Idolo globale e "selfie-dipendente", Justin Bieber si offre continuamente con nuovi scatti. Madonna condivide le scelte di make-up, Miley Cyrus la sua camera da letto. La selfie-queen è la top Cara Delevingne, imitatissima, dalle smorfie alle sopracciglia.

## Società

### Mi si nota di più col belfie o l'underboob?

Definita dall'Oxford Dictionary "parola dell'anno 2013",

**SELFIE**

ha dato origine a un suo vocabolario e a un gergo.

Volete condividere una nuova pettinatura? Il vostro splashlight (una ciocca rosa o azzurra, must estivo 2014, l'hanno lanciato Nicole Ritchie e Kelly Osbourne)? Questo si chiama

**HELPIE**

In ufficio si fa un

**WELPIE**

e la sbronza del sabato sera produce un

**DRELPIE**

Le foto a letto (da soll) sono

**BEDSTAGRAM**

Il vero fenomeno però è il

**BELFIE (selfie + booty),**

autocelebrazione orgogliosa del lato B.

Nato come hashtag ha contagiato un po'

tutti, famosi e no.

Star del belfie sono: l'onnipresente Kim Kardashian, la popstar Rihanna, la rapper e dj Nicki Minaj. Gallery infinita di curve.

Altro capitolo, il sesso.

**UNDERBOOB**

è il selfie al proprio seno stile "vedo, non vedo" (scollature, magliette bagnate).

Mentre il

**SEXSELFIE**

si fa prima, dopo o durante l'amore.

Foto hot, eccessive, tenere, assurde, con spirito tra il gollardico e il voyeur, popolano Twitter e Instagram con l'hashtag #sexselfie oppure #aftersex.

Si parla di sexselfie-mania e addirittura di un bon ton (?) del sexselfie. **R.S.**

e su Twitter, essere connessi, fare selfie. In questo atteggiamento vedo una rinuncia a confrontarci veramente con i corpi e le emozioni. Come quei monaci greci che si chiudevano in una grotta per sottrarsi alle tentazioni e credevano di vedere Dio, così oggi davanti a un computer ci illudiamo di essere dentro la vita, e accettiamo l'egemonia del virtuale sul reale».

Secondo un'indagine ISPO per l'Osservatorio Salute AstraZeneca, nella fascia 16-35 anni la metà soffre di «sindrome del follower». Sotto i vent'anni ci sono un milione e duecentomila dipendenti dal web, 850mila "malati" di smartphone e 600mila forzati da social network. Il bisogno di apparire sul web può rendere incapaci di guardarsi dentro come in "Disconnect", bellissimo film presentato a Venezia nel 2012: tra le tante storie c'è quella di un adolescente complicato. Ri-

ceve un selfie sexy e ricambia. Dall'altra parte non c'è una ragazza, ma i compagni di scuola che lo prendono crudelmente in giro e mettono in rete il suo nudo. Il regista Alex Rubin sostiene che «Internet cura la solitudine, ma gli effetti collaterali imprevedibili possono essere molto dolorosi». In America, scrittori di culto come Jonathan Franzen hanno sparato a zero sui social network lanciando l'invito a disconnettersi. Senza essere presi troppo sul serio.

Il desiderio di "esserci", partecipare, condividere, è inarrestabile, transgenerazionale, creativo. Produce mondi stupefacenti, parodie. Come quella del canale russo TNT che ha saccheggiato i blockbuster truccando le scene e selezionando l'espressione più adatta al selfie. Il risultato è un video divertentissimo: c'è Edward, il vampiro di Twilight, che si toglie la camicia e scatta una foto ricordo. Voldemort che sente il bisogno di fermare in un'immagine il suo ghigno feroce. The Mask allo specchio, Indiana Jones con la frusta e persino Leonida di "300", che archivia sullo smartphone una condanna a morte.

Marino Niola, antropologo della contemporaneità, insegna all'Università di Napoli Suor Orsola Benincasa. Autore di saggi su mode e comportamenti (l'ultimo è "Hashtag. Cronache da un paese connesso", pubblicato da Bompiani), non condivide le visioni negative e apocalittiche, e bolla quelle di Zygmunt Bauman e dei filosofi francesi orfani dei grandi pensatori come lagne spaventose. «Sempre la stessa geremiade, lo stesso paternalismo. Il narcisismo di massa è una metafora. Dobbiamo affinare gli strumenti di analisi o il mondo ci sfugge: il selfie è semplicemente un altro modo di comunicare, è l'espressione della persona digitale che è una parte di sé e ha molti aspetti positivi. Pensiamo alle ragazze turche: in segno di protesta contro il vicepremier Bulent Arinc che ha condannato l'allegria femminile in pubblico, hanno creato l'hashtag "Resistere e ridere" ed è partita la valanga, 400mila tweet di donne sorridenti. Pensiamo al controllo che lo sguardo collettivo esercita sui comportamenti, anche politici. Alla trasparenza. La selezione culturale che un tempo era lenta, appannaggio delle élite, adesso è veloce, democratica. Siamo passati dalla comunicazione face to face alla comunicazione Face to Facebook, che male c'è?».

L'apoteosi dell'io sta nell'includere nello scatto/comunicazione un personaggio inarrivabile. È andata in giro per tutto il pianeta



l'immagine della regina Elisabetta in verde pastello finita con un sorriso sorpreso e indulgente nell'inquadratura di due giocatrici di hockey australiane. Un evento del genere, raro ma non troppo, si chiama "photobomb" ed è il massimo per un selfista, un momento di gloria.

«L'immagine diventa il biglietto da visita, la propria autodefinizione», interviene lo psichiatra Vittorino Andreoli, autore del saggio "La vita digitale". Alla domanda: "chi sono?" non sappiamo più rispondere, perché la nostra identità si è dispersa in frammenti. La definiamo ogni volta che schiacciamo un pulsante. Il sexting esprime la nostra identità di genere, il selfie racconta la vita, i viaggi, gli hobby, l'appartenenza sociale, il look. Siamo di fronte a una metamorfosi antropologica: pattiniamo in superficie verso l'empirismo radicale, con l'idea che vivere l'eterno presente della Rete possa sconfinare l'angoscia. Ma la paura di essere dimenticati ha come confine la depressione. La prova che c'eravamo e che ci siamo è nei post e nei selfie: non possiamo più smettere. Questa smaterializzazione ci rende numeri all'interno delle "supercollettività" (come Facebook che raccoglie un miliardo di persone), aggregati che hanno un solo problema: l'efficienza. Attualmente, il 40% delle informazioni viene disperso. Colpa dei sentimenti, che gli informatici considerano "disturbi di rete" (ricordate Matrix?). Il modello che oggi studiano gli ingegneri, i matematici, e che studio anch'io, è il termitaio. Sono andato nella savana subsahariana a vedere grattacieli di insetti costruiti a strati orizzontali e collegati da canali verticali. Una rete perfetta, efficiente, ordinata, senza sentimenti. È questo il futuro che vogliamo?».

La selfie generation, per nulla preoccupata, ignora la domanda. Sta conquistando l'immortalità senza eroismi né spargimenti di sangue. Al massimo, di pixel. ■