

## **Gogne social e condanne senza processo: una storia moderna di diritti.**

di **Stefano Gazzella**

**Sommario.** **1.** La gogna come fenomeno social. – **2.** Moderni forcaioli digitali. – **3.** Viene prima la gogna o la notizia? – **4.** La decontestualizzazione. – **5.** In fondo la gogna piace...

### **1. La gogna come fenomeno social**

Tutto iniziò sui social, quando dalle community chiuse dei forum si transitò verso la grande opportunità di apertura fornita dai social network. L'evoluzione del web nella sua forma 3.0 iniziò così a creare i palchi su cui personaggi pubblici e pagine si alimentavano e si alimentano tutt'ora di follower ed interazioni. Le community sono così diventate più liquide e trasversali, pur contenute all'interno di un unico e colossale ecosistema.

Si è così iniziato ad assistere sempre più frequentemente al fenomeno della gogna socialmediatica. Non che prima non fosse già accaduto, ma era limitata per lo più all'interno di un canale o un ambiente circoscritto e raramente assumeva quella portata dirompente di un contenuto *virale*. O comunque noto ad una platea così ampia di soggetti qual è quella dei partecipanti al pubblico dei social network. Anche perché personaggi pubblici e pagine hanno follower che non è possibile mantenere all'interno di un gruppo chiuso. E hanno anche ben poche conseguenze in caso di violazione delle policy d'uso da parte di chi indossa una "spunta blu" o è partner del gestore della piattaforma.

Lo stile comunicativo per creare *engagement* all'interno del social network si è evoluto e ha trovato nella gogna non poche opportunità per gli utenti che si trovano in una posizione privilegiata nei confronti della pluralità dei partecipanti al social network: amministratori di pagine, o altrimenti personaggi con un peso pubblico significativo.

### **2. Moderni forcaioli digitali**

Esplorando le varie tipologie di forcaioli digitali è possibile estrarre dei comportamenti ricorrenti da parte di chi si giova di gogne preparate ad arte per dare in pasto la vittima di turno alla "pancia" dei propri follower. Schemi che per quanto diversi mirano sempre ad un medesimo risultato: la distruzione della reputazione di un soggetto o *character assassination*. E che sia voluta o altrimenti occorsa come danno collaterale, poco conta. Tutto quel



che conta è dare in pasto la notizia presentata ad arte per attirare quante più reazioni possibili.

C'è ad esempio chi indossa la maschera o la posa del *blaster*: estremamente aggressivo e umiliante, per lo più in risposta a commenti poco acuti da parte di alcuni utenti. O anche in risposta al dissenso. Spesso ci si ritrova a dubitare circa l'autenticità di tali utenti dal momento che il più delle volte sono così strumentali alla creazione dello spettacolo da farli ritenere nient'altro che l'evoluzione in chiave social dei complici del prestigiatore. E qui come nell'arena, i più applaudono il campione – overosia: la parte forte, il *blastatore* – che fa a pezzi la reputazione e la dignità della vittima di turno, e alcuni follower si pongono nella scia imitando le iene nella savana. Ma leoni non si vedono, neanche quelli da tastiera. Al più potrebbero essere definiti *cani rabbiosi* da tastiera. Eppure, ecco che nel tempo si è reso accettabile un comportamento manifestamente tossico. Con tutte le conseguenze del caso. C'è chi invece preferisce le maniere della *falsa vittima*, scegliendo come bersaglio alcuni utenti capitati o altrimenti creati ad arte per essere indicati come cattivi esempi di *hate speech*, commenti sgradevoli o offensivi. Quel che viene celata è spesso una provocazione iniziale partita dallo stesso autore da cui è scaturito un conflitto e un insulto. Insomma: l'azione di *trolling* e provocazione non viene certo resa nota, né tantomeno conta per la narrazione. Quel che conta è invece individuare un bersaglio che, pur avendo avuto un comportamento spregevole e in alcuni casi finanche criminale, va incontro ad una reazione spropositata connotata dalla *shitstorm* dei follower mossi dall'indignazione. Alcuni di questi ovviamente si sentiranno giustificati a perseguire un'arbitraria giustizia privata aggredendo quello che viene presentato come aggressore ma che si ritrova in pochissimo tempo nel ruolo di vittima.

Un ulteriore archetipo è quello del *faro morale*, overosia chi coglie l'occasione

Nel *modus operandi* impiegato in entrambi i casi è possibile notare la forza dirompente che assume il fenomeno della decontestualizzazione che era già tanto caro anche ai media tradizionali. I quali hanno anche imparato a giovare di queste nuove dinamiche per aumentare la magnitudo di una notizia che cavalca l'onda del *trend topic*.

### **3. Viene prima la gogna o la notizia?**

Nel rapporto con i mass media, talvolta la gogna la precorre e dunque viene richiamata all'interno di una notizia, mentre talaltra si pone in un momento successivo e ne aumenta la portata e l'effetto.

Si pensi ad esempio alla [notizia che ha portato alle dimissioni del presidente di 3I Claudio Anastasio](#) la quale ha – naturalmente e prevedibilmente – fatto scattare una reazione di indignazione a orologeria. Tale indignazione però non ha avuto l'energia sufficiente per far svolgere degli approfondimenti di contesto. O anche interrogarsi sul *come mai* la comunicazione indirizzata ad



un numero chiuso di destinatari (i componenti del CdA) sia uscita da quell'alveo di riservatezza e confidenzialità che ci si attende soprattutto con riferimento alle comunicazioni interne di una società che opera nativamente in modo estremamente rilevante sulla trasformazione digitale del Paese. E la cui compromissione può avere un impatto disastroso. Certo, forse in questo caso l'impatto è stato contenuto per estensione riguardando un'unica persona. Forse. Dal momento che, è bene ribadire, le comunicazioni interne del top management hanno un carattere riservato per antonomasia.

Insomma: si è guardato (giustamente) il dito, non la luna. Ma si è esaurito il tempo di rimbalzo della notizia sui social e dunque l'amor di verità probabilmente sarà destinato a rimanere orfano di risposte. E guai a chiedere approfondimenti, poiché nella polarizzazione generata non si ammette una posizione critica bensì soltanto schieramenti. E se non ci si schiera, siamo quasi certi che una posizione e un'idea verrà assegnata d'ufficio. Viene da chiedersi da *quale* ufficio, sinceramente.

#### **4. La decontestualizzazione**

Decontestualizzare è un'azione strumentale necessaria per fornire la massima forza offensiva all'onda socialmediatica, soprattutto in ragione dei tempi accelerati dei social network e la soglia di attenzione pericolosamente bassa degli utenti. Bisogna provocare (e di questo gli autori hanno piena consapevolezza) una reazione immediata, viscerale e che non fa chiedere ulteriori approfondimenti di paura, indignazione e odio sociale ad esempio. Solo così si guadagna qualche clic, un aumento delle interazioni e il migliore posizionamento all'interno di un *feed*. Insomma: l'elemento della ricerca di un profitto per l'autore, è indubbio.

Per la vittima invece le tutele offerte dall'ordinamento sono piuttosto limitate. Certo, si può ravvisare la diffamazione in forma omissiva per le modalità di presentare un fatto in modo tale da essere lesivo nei confronti della reputazione della vittima. Ma fintanto che non c'è un intervento giudiziario, le policy dei social network sono inefficaci nel caso in cui l'azione venga perpetrata da parte di un personaggio pubblico. O quanto meno è esperienza comune che tali azioni vengano generalmente tollerate. Probabilmente perché generano interazioni rispondendo ad una domanda inconfessabile da parte dell'utenza che le accetta o in parte le promuove. Mossa da quel desiderio inconfessabile di assistere ad una *shitstorm*. Che va sempre bene fintanto che la vittima è *qualcun altro*. Attenzione a sottovalutarne gli effetti: c'è chi ha tentato o compiuto gesti anche estremi come reazione. *Tamquam abutere?*

#### **5. In fondo la gogna piace...**

Insomma: si è passati dall'assistere a delle vittime date in pasto alle belve nelle arene di sabbia, a quelle date in pasto ai propri follower all'interno delle arene digitali. Il fatto che la gogna piaccia e alletti il pubblico è stato



confermato di recente e nostro malgrado nel corso del periodo di emergenza pandemica in cui si è potuto assistere ad un'ampia rosa di esempi a conferma. Uno dei primi fu quello degli "sceriffi da balcone", che fotografavano e diffondevano le foto di persone o veicoli "sospetti" all'interno di gruppi di messaggistica istantanea o Facebook, nel tentativo di indicare così quanti non obbedivano al precetto morale dello "stare a casa". Morale, poiché anche le ordinanze sindacali o le norme prevedevano delle eccezioni. Ma di questo gli improvvisati portatori insani di ordine pubblico non si curavano, accontentandosi piuttosto di augurare la morte, l'attribuzione della qualifica di delinquente o potenziale assassino. Eppure, raramente questi contenuti venivano rimossi come *hate speech* dai social. Mistero.

Mutatis mutandis, prima furono indicati come nemici della salute pubblica coloro che *osavano* sollevare dubbi sul sistema di allerta basato su Immuni e con le riaperture in sicurezza si correva lungo la strada maestra della volontà di perseguire una giustizia totalmente arbitraria e forcaiola. Ora coloro che ad esempio si recavano lecitamente presso ristoranti, piazze, o palestre ad esempio. E infine coloro che rifiutavano o contestavano lo strumento del Green Pass, attività altrettanto consentite eppure evidentemente inaccettabili per alcuni.

Circa le radici di questa tipologia di comportamenti, sarà opportuna un'analisi più approfondita svolta però da parte di esperti di psicologia sociale. Per quanto riguarda l'aspetto giuridico, è particolarmente interessante in quanto genera un fenomeno di condanne *pre* o *praeter* processuali.

Insomma: la giustizia delle viscere non conosce il processo.

Né tantomeno vuole conoscerlo.

Pretende solo di assistere a null'altro all'infuori di una condanna.