

DOPPIOZERO

Facebook dei morti

[Francesco Mangiapane](#)

8 Marzo 2017

David Bowie, Prince, Ettore Scola, Franco Citti, Alan Rickman, Silvana Pampanini, Gianmaria Testa, Paolo Poli, Karina Huff, Giorgio Albertazzi, Bud Spencer, Anna Marchesini, Marta Marzotto, Gene Wilder, Dario Fo, Luciano Rispoli, Leonard Cohen, Gianroberto Casaleggio, Alan Thicke, Franca Sozzani, Zygmunt Bauman, George Micheal, John Berger, Carrie Fisher, Marco Pannella, Cassius Clay, Debbie Reynolds, Umberto Eco, Gianfranco Bettetini, Antonino Buttitta, Tzvetan Torodov, e pure Al Jarreau deceduto giusto in tempo per entrare nella lista.

Questi sono solo alcuni dei personaggi pubblici scomparsi fra il 2016 e l'inizio del 2017. Molti di loro li conoscete, altri, piuttosto, sono noti entro cerchie più ristrette, di amanti di serie tv anni 80 o, ancora, di curiosi lettori di scienze umane. Alan Thicke, il mitico papà di *Genitori in Blue Jeans* o Tzvetan Todorov, il grande teorico della narrazione, non per tutti meriterebbero di stare nel novero del *caro estinto*. I miei morti, la mia lista, così come qualsiasi altra condivisione sui social, mi identificano. Niente di strano che, al giorno d'oggi, la camera verde si sia trasformata nella camera blu dei social network.

A ben vedere, però, c'è di più del solito narcisismo di cui viene accusata costantemente la rete. Facebook ci mette, infatti, di fronte alla morte massivamente, giorno per giorno e su scale enormemente diverse: dai lutti planetari fino a quella del nostro vicino di casa, non possiamo tirarci indietro dal prendere posizione, sulla morte degli altri.

Al di là del significato specifico che ognuno di noi può riconoscere alla morte dell'uno o dell'altro personaggio, il lutto ci tiene insieme e ci costituisce come corpo sociale, come comunità. Rappresenta, quindi, la verità di ogni gruppo, la verità del social network. La morte è l'“evento (di facebook) importante” per definizione: fa la conta, chiede di verificare chi c'è e chi non c'è, permette di riconoscere fin dove e fin quanto una comunità esiste, quale sia la sua forma.

E lo fa chiedendo di reagire. Amministrare il lutto, ricordano gli antropologi, è l'operazione politica per eccellenza. La reazione alla morte diventa allora la *reaction* fondamentale, modello di tutti gli *engagement* che quotidianamente chiediamo ai nostri contatti, nel – disperato? – tentativo di far emergere dall'indeterminato il nostro network. Attenzione: non quello virtuale dei mille amici che ognuno di noi ha, nei dieci anni e passa di facebook, progressivamente costruito, infarcendolo di ex compagni delle scuole medie, destinati a essere ricacciati nel limbo da cui erano emersi ad opera del sistemone di facebook. Ma di quello vero. Fatto di persone che, per l'appunto, ridono (o meglio, *mostrano* di ridere) alla tue battute e piangono (sempre attraverso la mediazione fondamentale del Grande Algoritmo) delle tue sventure. Ed è allora in questo senso che la morte rivela la verità dei social network, la ragione per la quale siamo pronti a sacrificare il nostro tempo, i nostri fiumi di parole alla ricerca del sollievo fondamentale: essere presenti, *essere* nel presente, insieme, contemporanei. Ed è così che, dicendo: «presente!», emergono forme di

collettività sopite che, a ben vedere, rendono conto della molteplicità delle nostre vite, intrecciandole in maniera sempre nuova e mai del tutto compiuta, fino alla fine: prima che George Michael, coi suoi slippini *Speedo*, passasse a miglior vita non mi ero davvero reso conto di quanto importante fosse per me. Sono stati i miei vicini di social ad avermici fatto riflettere, nel momento della sua commemorazione internettiana.



Se è vero, allora, che il bagno di contemporaneità garantito dalla morte degli altri ci posiziona incessantemente, si può dire qualcosa delle forme generate da questi posizionamenti, che sono, manco a dirlo, forme politiche. Esse possono, per esempio, chiederci di cancellare la nostra individualità in nome di quell'*accordo categorico con l'essere* che secondo Kundera era la caratteristica fondamentale del Kitsch. Dall'11 Settembre in poi, si sono diffusi slogan ad hoc: *siamo tutti americani* (ricalcato dal kennediano *Ich bin ein Berliner*), *Je suis Charlie Hebdo* etc. Queste frasi, diventate virali sui social network, costituiscono forme collettive totali, senza possibilità di distanza, di ironia, di diserzione, richiedendo al singolo di adeguarsi completamente ad esse. Egli deve farsi medium "immediato", fedele, integrale, conformando la propria bacheca, alla forma politica del lutto.

D'altra parte, casi meno drammatici, come la morte naturale di un personaggio pubblico, danno forma a comunità provvisorie in cui il contributo del singolo è più significativo. In casi di questo genere, la partecipazione al cordoglio assume la forma della *lista*, della variazione sul tema, con proliferazione di necrologi e ricordi insieme ironici e affettuosi. È il caso di uno stilema tipico della rete, quell'*"insegna agli angeli"* che a ognuno sarà capitato di leggere nel proprio *stream*, in riferimento al talento della star di turno ("Bud Spencer, insegna agli angeli come si fa a botte!").

In frasi di questo genere, lo stereotipo diventa matrice: se da una parte lo si ripete, dall'altra, se ne insegue l'infinita trasformazione, spostando sempre più in là l'asticella in vista dell'ennesima variazione. Il cordoglio viene misurato nella sua qualità di "ispirare" artisti del *meme*. Pagine sociali come quella di *Lercio*, in occasione della dipartita di personaggi particolarmente amati come il già citato Bud Spencer, risultano particolarmente toccanti (di emozione mista a risolino si tratta) da piluccare.

A complicare il quadro, dell'uno e dell'altro tipo di forme politiche, ci sono poi gli anniversari. Essi moltiplicano all'infinito la possibilità di riproporre contenuti sul defunto-social: pensate voi stessi a quante volte vi sia spuntata la polemica sui social network di Eco, nel periodo della sua dipartita o, recentemente, nell'anniversario della sua scomparsa. La morte detta l'agenda dei media.

A queste dinamiche generali della morte su facebook, si aggiungono quelle delle microcomunità, formate, per esempio, dalla propria lista di amici. Se è vero che la morte tragica di un conoscente risveglia effetti di totalità integrale nel gruppo di congiunti, paragonabili a quelle appena descritte per gli attentati dell'11 Settembre, la morte *ordinaria* pone problemi oggettivi.

C'è sicuramente, l'obbligo sociale di conformarsi al dolore del prossimo, il problema è che esso diventa pervasivo: per il tramite delle bacheche dei nostri amici, veniamo a conoscenza di lutti che mai avremmo considerato e condiviso. L'algoritmo ci chiama, così, a partecipare del dolore per la morte di un nostro contatto defunto con parenti e amici presenti su facebook, allo stesso modo, ci ricorda anniversari e ricorrenze, richiedendoci di "ricordare" insieme agli altri. Ancora, ci informa della dipartita dei congiunti dei nostri contatti. In questo caso, la buona educazione e l'affetto verso il nostro contatto che ha subito il lutto ci chiamerebbe a esprimere la nostra partecipazione al suo dolore, nel momento della dipartita e ogni qual volta egli si dovesse ritrovare a ricordarlo nella sua bacheca virtuale. Con il risultato che la mattina, insieme alla lista dei compleanni, non sono pochi quelli che si ritrovano a dover mostrare di "partecipare" del dolore per la scomparsa della nonna del proprio compagno di palestra. Diciamo pure che necrologi, ricordi affettuosi, elegie del defunto si prestano perfettamente alla condivisione: in un mondo social iper-bellicoso, in cui qualsiasi cosa si affermi, trova il modo di essere contraddetta o sbertucciata, la morte rimane come opzione a basso rischio di conflittualità. Se posto un ricordo di un defunto, sono sicuro, insomma, di non sbagliare, con

il risultato che la rete finisce per traboccare di post sulla morte altrui.

Ancora, c'è il problema di cosa farne del morto. *Offline*, la questione nemmeno si sarebbe posta: seppellirlo. Su facebook, a meno che qualcuno non si prenda la briga di cancellare l'account, il contatto rimane attivo. Al congiunto chiuderlo deve apparire una cosa difficile, come ucciderlo una seconda volta. Lo stesso dicasi per l'amico: rimuoverlo dalla propria lista, nonostante la sua inattività, suonerebbe sacrilego. Succede così che le pagine sociali dei defunti su facebook sopravvivano alla dipartita dei loro proprietari, come le anime morte di Gogol.

Non sono rare le resurrezioni. Sempre più spesso capita che un congiunto decida di prendere le redini della pagina del defunto, trasformandola in una specie di mausoleo per la "continuazione" della sua identità. Il morto torna così a chiedere amicizie e *like* che vengono gestiti per interposta persona: *would like*.

L'altra opzione possibile sarebbe la deriva, lasciare che la pagina venga progressivamente dimenticata. Anche qui, problemi. Il compleanno, invece dell'anniversario di morte come si usava nel mondo prima di facebook, diventa il luogo della cattiva coscienza. Che fare? Augurare al morto buon compleanno suona male. Però, un ricordo, due righe sul suo profilo forse sì.

Ultimo ma non ultimo il problema dell'intermedialità. Non è raro che l'anima del defunto traghetti verso un mondo migliore. Stiamo parlando, ovviamente, di *Whatsapp*. In cui quotidianamente si formano gruppi di perfetti sconosciuti, uniti soltanto dal fatto di avere un numero telefonico e un morto in comune da onorare, ricordare. Soltanto che il telefono comincia a trillare ogni secondo con comunicazioni di servizio non richieste; nel caso dei funerali: "non posso sono fuori città", "arrivo un quarto d'ora in ritardo", "ci vediamo lì" etc.

"Abbandona il gruppo" sembra l'unica alternativa possibile.

Nel caso in cui non si abbia avuto il coraggio di farlo, però, si può assistere a metamorfosi inaspettate: catene di sant'Antonio della peggior specie, appelli al voto contro la casta, pacchetti vacanze a prezzo scontatissimo in un paesino remoto delle Alpi.

Il tutto, si capisce, alla memoria, ma non a spese, del caro estinto.

Se continuiamo a tenere vivo questo spazio è grazie a te. Anche un solo euro per noi significa molto. Torna presto a leggerci e [SOSTIENI DOPPIOZERO](#)

