

# Abbiamo un corpo digitale. Seducente, innamorato, tradito e malato



Nel 'Il sex appeal dei corpi digitali' Luca Poma ci avverte e ci ricorda che abbiamo tutti un corpo digitale, in costante relazione con il nostro corpo reale. Il nostro 'doppio' digitale ci influenza e cambia il nostro modo di essere, di pensare, di vivere.

Si illumina lo schermo, apriamo il portatile, prendiamo in mano il telefono. E immediatamente **consegniamo potenzialmente una parte di noi stessi a un mondo smisurato** che s'impadronisce di noi. È la tesi di partenza del "corpo digitale", che **Luca Poma** – giornalista, scrittore, [anima di Creatori di Futuro](#) e grande comunicatore su temi scottanti – sviscera nel suo libro [Il sex appeal dei corpi digitali](#), appena pubblicato da Franco Angeli.

*Il nostro corpo digitale... è la ricostruzione digitalizzata di tutte le informazioni che produciamo nelle nostre interazioni digitali di qualsiasi tipo, costantemente aggiornate e archiviate in una miriade di piattaforme diverse, che fanno*

*propri 'golosamente' e bulimicamente tutti i dati che ci appartengono, ma soprattutto 'disegnano' i confini di chi noi siamo.*

**Il nostro corpo digitale può diventare merce** sfruttabile a nostra insaputa. Ma, come in ogni rivoluzione, lo scenario non è irrimediabilmente nefasto. L'uso di strumenti come i **social network, i blog e tutti i media digitali** ha conseguenze tangibili sul nostro umore, certamente, e quindi sulla nostra fisiologia.

## **Il nostro corpo digitale**

**Il corpo digitale di ognuno di noi**, cioè la rappresentazione più estesa possibile di chi noi siamo, dai dati biometrici alla nostra reputazione, ha una sua consistenza, una sua profondità, ed è perfino capace di prevedere i nostri spostamenti. **Roby Horning**, direttore di New Inquiry, asserisce addirittura che è piacevole, per molti utenti, "diventare essi stessi un prodotto".

**Se i social ci fanno diventare prodotti**, paradossalmente ci aiutano ad apprezzarci, a sentirci desiderabili. Aiutati, in questo, da una sorta di generali di questo esercito di corpi digitali, ovvero i grandi detentori delle nostre informazioni (nessun complotto, solo strategie di profitto): giganti dell'e-commerce, provider di email, social media. Ma anche siti porno: l'88 per cento dei siti hard – secondo un'inchiesta di **Motherboard**, il canale di **Vicespecializzato** nell'alta tecnologia – immagazzinano le informazioni degli utenti, che lasciano tracce ripercorribili dagli hacker e che quindi, insieme alla nostra privacy, mettono a rischio la nostra vita reale.

## **Le modalità espressive dei corpi**

# digitali

Sono sostanzialmente **tre** le direttrici su cui Poma appunta l'attenzione.

**Una, abbiamo un rapporto di amore e odio**, in contemporanea, con i mediatori dei nostri desideri virtuali, con le community a cui apparteniamo.

**Due, abbiamo voglia di trasformismo**, come dimostra il fatto che il 41 per cento degli utenti di Tinder è sposato o ha una relazione stabile.

**Tre, non abbiamo un controcanto critico**. Immersi come siamo nelle informazioni, troviamo ciò che ci appaga e non seguiamo a cercare, perché manca uno strumento che insinui il dubbio.

## Stupri nell'oblio digitale

Alcuni test empirici suggeriscono che i **newsfeed non fanno altro che intensificare l'erogazione di contenuti allineati** alle convinzioni palesate dall'utente a colpi di 'Mi piace', così l'utente vive immerso negli abissi delle sue illusioni, che Poma definisce "un mare gelatinoso e oscuro". Nel suo scafandro, l'utente si sente a casa. Sia Facebook che Google sono capaci di capire il nostro umore. Sono capaci di manipolarlo? Secondo l'autore, sì. Il sistema:

*...nutre le sue vittime per farle sentire un poco protagoniste, mentre procede a costruire l'impalcatura della sua casa delle alienazioni dal mondo reale, per poi "stuprare" a sorpresa il nostro corpo digitale, con un atto di violenza orientato al piacere di una sola delle parti in gioco.*

## L'attività sessuale dei corpi

# digitali

**Il modello della relazione** s'attaglia anche alle attività di racconto che ognuno di noi fa di sé nel mondo digitale che, influenzando gli altri, si riverbera nuovamente su di noi. Poma tenta di usare perfino **l'immagine dell'inseminazione, della fecondazione**, parlando delle reti oscure e nascoste nel buio di Internet.

**Il corpo digitale ha capacità seduttive** – per esempio, in un **esperimento social Emanuele Macaluso ha creato un musicista immaginario** che ha raccolto quasi cinquemila 'Mi piace' in due mesi, inesistente nella vita reale. **Neez Nuts** ha ricevuto dal 7 al 9 per cento dei consensi alle primarie americane tra l'Iowa e il North Carolina, ma era **un politico inventato da un liceale quindicenne**. **Beyoncé** – perlomeno il suo corpo digitale – incassa consensi a iosa, ha decine di milioni di follower ma **twitta solo 8 volte all'anno**. E non abbiamo ancora travalicato il senso del pudore e del limite.

## **Il paragone con la dipendenza da droga, la prostituzione, l'adescamento**

Come notato da molti analisti, **i progressivi cambiamenti degli algoritmi dei social spingono gli utenti a pagare sempre più** per favorire una soddisfacente circolazione dei loro messaggi, di ciò che vogliono. Un circolo vizioso che **assomiglia a quello della dipendenza**, e anche qui si scorge una similitudine con la fisiologia corporea. **Luca Poma ci fa anche notare che i corpi digitali si "prostituiscono"** con una maggiore frequenza, che rischiamo di farci **adescare** dall'intelligenza artificiale "sotto i cavalcavia delle autostrade digitali" e che il nostro corpo digitale può arrivare a **cannibalizzare** lentamente la nostra realtà.

"Ognuno di noi ha il proprio rapporto con il mondo digitale,

non per forza compulsivo” conclude Luca Poma, chiedendosi se non è un comportamento adolescenziale, dato che Facebook esiste solo da dieci anni.

*Nell'utilizzare provocatoriamente termini come “fecondazione”, “violenza”, “stupro”, “prostituzione” e “cannibalismo”, la mia intenzione era quella di scuotere l'attenzione della comunità di esperti, accademici e dei professionisti della comunicazione per sollecitarli a interrogarsi sulle regole che ricercatori, comunicatori e relatori pubblici dovranno elaborare, apprendere, applicare e rendere consuetudinarie per governare questi nuovi appassionati, entusiasmanti e a tratti preoccupanti scenari: regole talmente nuove da far apparire obsoleto qualunque buon manuale di relazioni pubbliche o trattato di tecniche di comunicazione.*

E conclude: “Come tutti sanno, il lusso più costoso nel mondo contemporaneo è avere tempo e conquistare spazio”.

## **Neo di Franco Angeli**

Neo è un progetto editoriale crossmediale dell'editore Franco Angeli che prevede per ogni libro sia un ebook [sia una piattaforma di conversazione in cui discutere dei temi affrontati nel libro e rimanere aggiornati.](#)

Per esempio, [qui Luca Poma dialogando con Enrico Galletti discute sulla sincerità sia dei propri commenti, sia della giusta destinazione verso cui si esprime veramente un like.](#)