



Il saggio

# Anatomia di Instagram

Paolo Landi decostruisce il social network che più di tutti ha cambiato i meccanismi di autorappresentazione

di Michele Smargiassi

**I**nstagram è snobismo egualitario, solitudine condivisa, élite di massa, identità conformiste, unicità replicanti. Instagram è un gigantesco ossimoro che costringe anche i suoi critici a riconoscerne e celebrarne la seduzione. Del resto, puoi comprendere come funziona il social network più agile, veloce e glamour del momento solo se lo frequenti, e Paolo Landi ammette volentieri di esserne «moderatamente dipendente». Cosa che non gli impedisce, nel veloce e feroce *Instagram al tramonto* (La nave di Teseo, con immagini di Oliviero Toscani), di smontarne il meccanismo con tutta l'abilità che gli conferisce il suo mestiere di *advisor* della comunicazione per grandi imprese, spegnendo impietosamente una a una le lucette grazie di un giocattolo dietro a cui si nascondono poteri multinazionali, colossali profitti e occulti prelievi di dati. E tuttavia lo fa con metodo, diciamo, machiavellico rovesciato: mentre ne sfronda gli allori, mostra di che tempra sia lo scettro del principe.

Le ragioni del successo di Instagram probabilmente sfuggirono anche ai suoi creatori, che lo idearono come equivalente digitale di quelle macchinette fotografiche di plastica che sbagliavano splendidamente le foto: all'inizio era solo un eccitante caleidoscopio di filtri che ricoprivano scatti privati banali con quell'effetto vintage "così carino". Gli utenti ne hanno fatto la piazza pubblica dell'ego vetrinizzato. Piazza del mercato, in realtà, dove però «oltre a vendere e comprare cose materiali, si compra e si vende un nuovo rapporto con se stessi». Nulla insomma è quel che sembra, su Instagram, tutto si ribalta nel suo contrario. Gli influencer, di cui Landi è un cordiale antipatizzante, credono di essere venditori, e sono merce. La moda rinuncia al mito dell'esclusività e si affida al numero dei like. Il cibo è tantalicamente irraggiungibile, il sesso è eunuco: sbirciato e mai consumato, la morte annullata dalla perennità dei profili, gli animali ci infantilizzano, la politica rinuncia a convincere e si dedica al confermare. Instagram banalizza perfino Dio, e divinizza l'io. Ma fin qui siamo alla decostruzione dell'ideologia del medium, in stile scuola di Francoforte. Operazione sana, salvo che forse gli strumenti di Adorno e compagni, nati per un'era di media verticali, andrebbero ruotati di 90 gradi nell'ostentata dimensione orizzontale del web. Il cui frastuono planetario certo sconcerta: ma l'«obiezione di Ba-

bele», ovvero: più gente parla meno gente ascolta, è stata sollevata puntualmente, nel passato, all'emergere di ogni nuovo medium. Ma i media funzionano: perché? Salvo pensare, come troppi apocalittici pensano, che sia in corso una epidemia di demenza di massa, alla critica del potere reale deve seguire l'analisi dei bisogni reali degli utenti. La fortuna del social network deve dunque essere spiegata anche nei termini dei desideri che intercetta e dei vuoti che riempie, oltre che degli interessi a cui obbedisce. Non tutto è eterodiretto, nella grande omologazione del web. Infatti Landi si preme di avvertirci che, mentre consumiamo Instagram (e ne veniamo consumati), «giochiamo con le differenziazioni e le identità, non le cancelliamo». Non è poi così vero che se Instagram ci induce a condividere la foto di un tramonto sta solo cercando di venderci un resort turistico. C'entrano forse anche un'economia dei sentimenti e un approccio ludico all'esistenza, che sicuramente si prestano alle incursioni del mercato, ma che lo eccedono un po'. Instagram insomma non ci riduce implacabilmente a robot, come non lo fecero altri media che ne anticiparono alcuni caratteri: anche nei vecchi album fotografici di famiglia, per dire, «tutti sembrano contenti, tutto nuovo e desiderabile», il lavoro e la fatica erano occultati in un fasullo «contagio di felicità»: la differenza coi nostri selfie è semmai che l'album costruiva una storia condivisa, mentre i «mosaici» dei nostri profili Instagram sono una griglia di icone della solitudine sociale.

«Si sfugge al kitsch di Instagram solo uscendo da Instagram», è la morale che l'autore ci suggerisce, con relativa convinzione, a metà del libro. Ma da Instagram si esce davvero? Come Pozzo ed Estragone di *Aspettando Godot*, chi annuncia di andarsene raramente lo fa. E proprio questo libro dimostra che navigare in un mare di tempestosi ossimori, magari dotandosi di un buon salvagente, può divertirci molto.

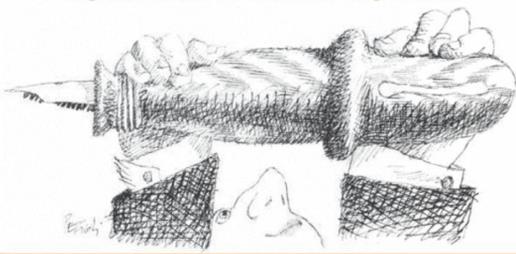
©IPRODUZIONE RISERVATA

bandonato e lasciato decadere l'edificio: ci basta il nudo dissidio su cui si basava. L'attuale discorso politico funziona infatti all'inverso del percorso generativo tracciato dalla semiotica: non si parte più dallo scontro fra Bene e Male per ottenere la Bibbia (o la saga di Harry Potter). Al contrario si parte dalla complessità del mondo per sfrondarla e sostanzialmente abrogarla, lasciando in campo solo buoni e cattivi, nella fissazione identitaria che non ammette più evoluzioni, sviluppi, in una parola storie. «Noi» e «loro», eserciti «di pace» e jihadisti, italiani e immigrati, disoccupati e banchieri, vittime e killer. In un libro denso di osservazioni acute e cupi umori, Salmon lo dice persino in anagramma: «Ormai viralità e rivalità vanno di pari passo».

©IPRODUZIONE RISERVATA

VUOI PARTECIPARE AL TORNEO LETTERARIO DI REPUBBLICA?

Iscriviti a <https://torneoletterariodirobinson.repubblica.it>



**Paolo Landi**  
**Instagram al tramonto**  
La nave di Teseo  
pagg. 112  
euro 12

VOTO  
★☆☆☆