

TIPOLOGIA B / ANALISI E PRODUZIONE DI UN TESTO ARGOMENTATIVO

Lo scroll senza fine cambia il rapporto con tempo e spazio

L'articolo, pubblicato in "Il Sole 24ore" del 4/12/2025, prende spunto dalla pubblicazione del saggio di Gabriella Taddeo, *Social. L'industria delle relazioni*, Einaudi, 2025.

«Nonostante le piattaforme siano praticamente dei monopoli mondiali, le persone continueranno a usarle e adattarle ai loro bisogni locali. L'uso locale avviene soprattutto con la messaggistica: è lì - in privato e con interazioni non mediate da algoritmi - che personalizziamo la nostra comunicazione. Scegliamo chi ascoltare, ci rivolgiamo a micro-nicchie, parliamo di noi e del nostro contesto, facciamo manutenzione di affari e relazioni». Così afferma Gabriella Taddeo, docente di Teoria e tecnica dei media digitali e design delle interazioni social all'università di Torino, da anni impegnata ad analizzare le pratiche culturali e le nuove forme della socialità online.

In fondo le specificità delle nostre navigazioni si riverberano nelle contribuzioni multimediali in un mosaico senza fine. «Post, video e reel sono il regno dell'intrattenimento e qui funzionano meglio i creator generalisti. Non a caso a farla da padrone sono celebrities globali come Ronaldo. Khabì Lame, primo tiktokker al mondo, è espressione perfetta di questo linguaggio: l'assenza di voce nei suoi video lo ha reso icona universalmente comprensibile, al di là della barriera linguistica. Tuttavia anche qui i confini tra globale e locale sono destinati a riconfigurarsi: l'intelligenza artificiale permette di sottotitolare in qualsiasi lingua in pochi secondi. La traduzione automatica, insieme alla facilità con la quale anche grazie all'Ai chiunque può generare contenuti, sono nuovi asset tecnologici in grado di rivoluzionare nuovamente il panorama dei social globali», precisa Taddeo, in libreria con *Social - L'industria delle relazioni*, edito da Einaudi.

Ma non dobbiamo trarre conclusioni affrettate su un ritrovato trionfo della prossimità. Perché secondo Taddeo la partita si gioca su un nuovo paradigma spaziale e temporale che ci fa essere ovunque, ossia vicini e lontani al tempo stesso. La prova? L'incremento di contenuti local original, ossia prodotti molto lontani la cui fruizione avviene anche in lingua originale. Una sorta di effetto

Squid Game, si potrebbe sintetizzare. «Gli smartphone hanno reso il digitale indossabile ovunque, in ogni contesto. Ci permettono di interagire con spazi diversi dal nostro contesto fisico e anche di modulare temporalmente il flusso comunicativo, una volta relegato quasi esclusivamente al tempo reale del faccia a faccia.

Poter modulare spazio e tempo della comunicazione è stata un'innovazione che ha in effetti del rivoluzionario. Da ciò deriva l'uso contemporaneo dei social: guardiamo un cuoco di un remoto villaggio kazako invece dei nostri vicini sulla metro o preferiamo rispondere in chat più che aiutare in tempo reale un amico in difficoltà. Il cellulare ci risucchia in spazi e tempi totalmente scelti da noi: a volte questo potere si trasforma anche in una comoda trappola. Essere altrove, nello spazio e nel tempo, sottrae potere al qui e ora», dice Taddeo.

Al centro di tutto resta il valore delle relazioni. «Non dobbiamo intenderle tra persone, ma anche tra persona e contenuto. Gli algoritmi a partire da TikTok hanno puntato verso un'iper-personalizzazione dei contenuti che è costruita su una conoscenza spesso addirittura subliminale del nostro profilo. TikTok, per esempio, ha basato il suo algoritmo più che sui gusti dichiarati sui microsecondi che dedichiamo a ogni scena del video. In tal modo è capace di conoscere sempre più a fondo i nostri pensieri, le nostre abitudini e anche le nostre debolezze,

proponendo messaggi che si configurano ad hoc per noi ad ogni scroll», dice Taddeo. Al bando le logiche generaliste, la chiave sta tutta nell'abito disegnato su misura e indossato per le nostre diverse occasioni di socialità mediata. D'altronde - evidenzia Taddeo - se oggi la personalizzazione avviene a livello di feed, ovvero di sequenza di contenuti, a breve questa sarà ancora più granulare. «La personalizzazione avverrà a livello di singolo content, con la produzione di contenuti generati in base al nostro feedback. Un aspetto di questa nuova dinamica è però che spesso non ci rendiamo nemmeno conto che esista: se in un dialogo, o anche con un like, stiamo facendo una scelta relazionale esplicita, mantenendo una forma di simmetria e consapevolezza interattiva, nei nuovi algoritmi la metrica dell'attenzione sviluppa una relazione implicita, non intenzionale e spesso anche non desiderata. Da tutto questo

spesso deriva il nostro senso di malessere nello scrolling: i contenuti sono fatti in relazione a noi, ma senza di noi o meglio senza la parte più cognitiva e deliberata del nostro io», conclude Taddeo.

COMPRENSIONE ED ANALISI:

Analisi:

- 1) Riassumi il contenuto dell'articolo.
- 2) Evidenzia come l'uso delle piattaforme coniughi globalità e bisogni locali.
- 3) Quali critiche muove l'autore in merito alla personalizzazione dei contenuti che le piattaforme attuali e prossime offrono e offriranno al fruitore?
- 4) Illustra e rifletti sul significato del titolo.

PRODUZIONE:

Elabora un testo in cui sviluppi la tua posizione in merito alle questioni affrontate nell'articolo, anche in riferimento alle tue esperienze personali e al tuo percorso di studio.