



A JOURNAL OF THE  
SOCIAL IMAGINARY



## Dalla *Chickie-Run* alla *challenge* di Casal Palocco: piattaforme, *content creator* e immaginari<sup>1</sup>

Marco Centorrino

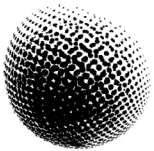
marco.centorrino@unime.it

Dipartimento di Civiltà Antiche e Moderne | Università degli Studi di Messina

Lorenzo di Paola

ldipaola@unisa.it

Dipartimento di Scienze del Patrimonio Culturale | Università di Salerno



### Abstract

*From the Chickie-Run to the Casal Palocco challenge. Platforms, content creators and imaginaries*

The controversies surrounding the fatal car accident in Casal Palocco have rekindled old criticisms regarding the use of social media by the younger generations. Philosophers and commentators have voiced their concerns in the face of the social, identity, and familial crisis caused by the success of social platforms. Technological dependency, digital narcissism, and the inability to discern the distinction between online and offline realities are purportedly transforming the younger generations into 'monsters' obsessed on likes. In this paper, we aim to examine the imaginaries that underlie the social narratives attempting to define *influencers*, *youtubers*, *tiktokers*, and the vast and heterogeneous cosmos of content creators populating the internet. The objective is to reconstruct the mythologies and rituals at play, endeavoring to bridge together media forms and socioeconomic practices. Simultaneously, however, the study intends to shed light on whether and to what extent this imaginary is fueled by the logic of platformization. We contend that the easy gains achieved by the very young by pushing the boundaries of challenges further and further are a determining variable that sustains the discussed imaginary.

### Keywords

Casal Palocco | YouTubers | Immaginario | Piattaforme | Challenge

<sup>1</sup>Il lavoro che presentiamo è stato concepito in maniera congiunta dai due autori. Tuttavia, è possibile attribuire i paragrafi 1 e 4 a Marco Centorrino, i paragrafi 2-3 e l'Introduzione a Lorenzo Di Paola.



## Introduzione

Il tragico evento accaduto a Casal Palocco il 14 giugno 2023 ha smosso coscienze e avviato infuocati dibattiti, sui social, in televisione e sui giornali. In una tale cacofonia di voci è possibile ritrovare una serie di elementi utili ad analizzare e a meglio comprendere gli immaginari, nutriti dalle narrazioni sociali, che ruotano intorno alla figura dell'*influencer* e dei *content creator* in generale. Nel contesto dell'incidente, un gruppo di giovani noti come The Borderline, conosciuti per il loro canale YouTube, stavano girando un video a bordo di una Lamborghini<sup>2</sup>. Lo scontro con un'altra auto ha avuto come conseguenza la morte di un bambino di cinque anni, coinvolto insieme a sua madre e alla sorellina<sup>3</sup>. Quanto accaduto ha suscitato una serie di riflessioni e dibattiti all'interno della sfera pubblica, offrendo lo spunto per indagare i modelli di pensiero e i significati simbolici connessi alla figura dell'*influencer* all'interno delle dinamiche sociali contemporanee.

L'analisi dei discorsi e delle reazioni generate dalla tragedia di Casal Palocco può, quindi, fornire elementi di ricerca per capire il ruolo di queste nuove figure nella società contemporanea e – ribadiamo – le modalità con cui le narrazioni sociali possono contribuire alla costruzione di immaginari collettivi che le riguardano. Questa analisi permette di esplorare come tali eventi catalizzino l'attenzione collettiva e contribuiscano alla formazione di percezioni condivise. A tal fine, abbiamo selezionato una gamma di dichiarazioni pubbliche rilevanti, estrapolate da social network e articoli di stampa che hanno giocato un ruolo cruciale nel modellare il dibattito pubblico.

Questo processo di selezione è stato guidato da criteri precisi, inclusa la pertinenza delle fonti rispetto agli obiettivi di ricerca, la loro rappresentatività rispetto al panorama mediatico più ampio e il loro impatto sulle conversazioni pubbliche.

### 1. Le piattaforme tra immaginari collettivi e responsabilità

<sup>2</sup> Il video veniva girato nell'ambito di una *challenge*: si tratta – come è noto – di una pratica diffusa sui social network, che consiste nel partecipare a vere e proprie sfide on-line, documentate appunto attraverso filmati, spesso destinati a diventare virali attraverso il web (e, quindi, offrendo la possibilità di generare profitti mediante le visualizzazioni).

Le *challenge* variano enormemente: ne esistono a scopo benefico o educativo, ma al contempo altre sfide sono estreme e pericolose.

<sup>3</sup> Il 31 gennaio 2024, nel processo di primo grado per l'omicidio stradale di un bambino di cinque anni a Casal Palocco, lo *youtuber* Matteo Di Pietro è stato condannato a 4 anni e 4 mesi dal Gup della decima sezione penale del tribunale di Roma. Di Pietro eviterà la detenzione in carcere avendo già espiauto una parte della sua pena. Tale condanna è stata resa possibile attraverso un accordo di patteggiamento con la Procura. L'analisi dell'incidente ha mostrato che il veicolo procedeva a una velocità superiore ai 124 km/h, e che il giovane aveva noleggiato il SUV con lo scopo di fare colpo sui visitatori online per incrementare i profitti derivanti dalla pubblicità.

[https://www.lastampa.it/cronaca/2024/02/01/news/casal\\_palocco\\_nordio\\_impunita-14037511/](https://www.lastampa.it/cronaca/2024/02/01/news/casal_palocco_nordio_impunita-14037511/)



Le piattaforme digitali sono diventate parte integrante della società moderna, plasmando il modo in cui comunichiamo, consumiamo informazioni e interagiamo con la cultura. L'idea secondo cui non si limitano a riflettere il sociale, ma contribuiscono a produrlo viene chiaramente definita, a partire dal 2016, da José van Dijck, Thomas Poell e Martijn de Waal in *Platform Society*. Già in precedenza, tuttavia, era apparso evidente come i media connettivi (van Dijck, 2013) fossero divenuti parte della nostra quotidianità e avessero iniziato a rivestire un ruolo fondamentale nella costruzione dei processi identitari e sociali in cui la partecipazione attiva degli utenti è caratterizzata da condivisione delle emozioni e polarizzazione affettiva (Boccia Artieri, García-Bilbao, La Rocca, 2021). È chiaro, quindi, come i media abbiano svolto una funzione nella ridefinizione di quell'immaginario collettivo che, in ogni società, veicola ai singoli modelli di riferimento.

Non si tratta, ovviamente, di una novità, visto che i mezzi di comunicazione di massa sono stati protagonisti di tale dinamica già a partire dai secoli precedenti. Così come non è una novità il dibattito circa le loro responsabilità in questo ambito. Si pensi, ad esempio, al confronto che ha caratterizzato la diffusione della televisione nel Novecento. L'immaginario della comunicazione – ricordano Ciofalo e Leonzi (2021) – è da sempre apparso animato da una tendenziale pulsione dicotomica che ha alimentato poli contrapposti, quali anarchia e controllo, logiche di mercato ed esigenze educative, intrattenimento e formazione, qualità e disimpegno.

Né può essere considerata una novità il fatto che la produzione culturale egemonica sia sempre stata strettamente connessa al potere economico che, di conseguenza, si riflette esso stesso sull'immaginario collettivo. Era prevedibile, quindi, che anche la cultura partecipativa (Jenkins, 2006) alla lunga, finisse con l'assumere sembianze sempre più commerciali (Poell, Nieborg, Duffy, 2022). La vera innovazione, nell'era delle piattaforme, si è piuttosto registrata per l'introduzione di un nuovo modello di business, più efficiente rispetto a un passato in cui la tensione tra media e pubblico caratterizzava le scelte di produzione.

[...] il nuovo potere delle piattaforme digitali ha una forma più subdola ed efficiente [...] non è basato sui prodotti che ci vende. Una piattaforma non possiede i mezzi di produzione ma fornisce (e controlla) i mezzi di connessione. Secondo una definizione largamente accettata, una piattaforma è un modello di business che crea valore facilitando gli scambi tra gruppi di persone o di aziende: per lo più tra produttori e consumatori (Pedemonte, 2017: 12).

Le piattaforme, in sostanza, si 'limitano' a premiare la popolarità dei contenuti, mediando la 'tensione' tra gli utenti stessi, grazie ad algoritmi che promuovono ciò che inizialmente sembra suscitare maggiore interesse. Per un verso, sembra incarnarsi la visione di Theodor W. Adorno con l'inscindibile interdipendenza economica tra contenitori e contenuti. Per altro verso, si amplia l'insieme di valori, simboli, icone e miti della contemporaneità presenti nel corpo sociale. Indicativo quanto accaduto nel contesto italiano:



[...] alle immagini ad alta valenza simbolica care alle generazioni dei padri si affiancano oggi le icone della contemporaneità fatte proprie dai figli, con il risultato di spezzettare quell'immaginario collettivo omogeneo che nelle epoche passate aveva caratterizzato univocamente lo sviluppo sociale del Paese (Valerii, 2017: 7).

In tale prospettiva, le piattaforme digitali hanno democratizzato l'espressione culturale, attraverso uno scambio che contribuisce alla formazione di modelli ibridi, in cui idee e pratiche diverse convergono.

Ciononostante, questo non può sdoganare l'idea di una loro neutralità rispetto ai contenuti veicolati. Il dibattito pubblico attorno a tale tema sembra, per certi versi, appiattirsi sugli eventi di cronaca. L'incidente di Casal Palocco, per rifarci alla nostra analisi, presenta una peculiare capacità di richiamare un insieme di elementi e terminologie capaci di avviare dibattiti e di polarizzare l'opinione pubblica. Parole quali *youtuber*, utilizzata per descrivere una professione non riconosciuta da chi non è familiare con il mondo della creazione di contenuti online – spesso percepita come sinonimo di intrattenimento effimero, di egocentrismo – e l'espressione *challenge*, usata per identificare le sfide che spesso si trovano sui social media, emergono quali aspetti salienti di questo tragico evento.

Massimo Recalcati in un'intervista rilasciata al *Corriere della Sera* qualche giorno dopo l'incidente dichiara:

[...] È ora di dire che l'iperconnessione in realtà è una forma di sconnessione, una forma di recisione del legame sociale. [...] Al tempo stesso non possiamo non vedere l'altra faccia della medaglia: questa connessione non è reale ma virtuale, e uno dei grandi rischi oggi è proprio confondere il reale col virtuale. In psicanalisi si chiama allucinazione.<sup>4</sup>

Il 15 giugno Carlo Calenda twitta:

"I social non vanno regolati, ognuno deve essere libero di fare quello che vuole a qualsiasi età e anonimamente". I video come quelli di #theborderline sono visti da milioni di preadolescenti e adolescenti che crescono pensando che sia una legittima e facile strada per il successo economico. Lasciamo coltivare l'idiozia e l'irresponsabilità per un malinteso senso di libertà illimitata e relativismo (non esiste il giusto e l'ingiusto) e poi ci stupiamo per le tragedie che ne scaturiscono. Regoliamo i social ora. [...].

Sempre il 15 giugno, e ancora da Twitter, Alessandro Gassman esprime la sua opinione sull'accaduto:



<sup>4</sup> Walter Veltroni, Massimo Recalcati (17/06/2023), "Il rischio dei social è la dipendenza tossica. Non parliamo più di generazione Covid", *Corriere della Sera*.

Ma se si togliesse a questi trogloditi, a questo punto pericolosi per sé stessi e gli altri, di guadagnare con i loro post, gli si taglierebbero le gambe e forse si salverebbero molte vite. Cordoglio per la famiglia del bambino ucciso.

Mentre il 18 giugno dalle colonne de *la Repubblica* Massimo Ammaniti si preoccupa:

[...] l'educazione di questi ragazzi ci è sfuggita di mano. Mi ricordano Arancia meccanica di Kubrick, i giovani della banda dei "Drughi" che si esaltavano nel gusto della violenza e delle azioni più temerarie. Allora però non c'erano i social, dai quali una platea di coetanei degli youtuber ha applaudito a quella folle sfida che ha portato alla morte di un bambino.

Queste reazioni sono utili a farci comprendere come la questione ruoti essenzialmente intorno all'idea che il mondo 'virtuale' dei social non sia reale e che, quindi, anche le professioni che nascono da questi ambienti abbiano poco a che fare con la realtà sociale e politica.

Allo stesso tempo, è chiaro che la problematica non possa essere ridotta alla possibilità di fare funzionare o meno le piattaforme, inseguendo la mera utopia di un'abolizione *tout-court*. Piuttosto, occorre innanzitutto chiarire, come detto in precedenza, che contenitore e contenuti, pur se gestiti da soggetti differenti (piattaforme da un lato, utenti dall'altro) sono facce di una stessa medaglia, poiché indissolubilmente legati all'identico meccanismo di business<sup>5</sup>. Sempre con riferimento alla tragedia di Casal Palocco, non può sfuggire quanto emerso nei giorni seguenti: secondo l'Ufficio Camerale, nel 2022 la The Borderline Srl ha riportato un fatturato di 188.333 euro, con utili pari a 46.000 euro. Nei giorni immediatamente successivi alla tragedia, e prima che venisse chiuso il loro canale YouTube<sup>6</sup>, il gruppo di ragazzi ha comunque incassato 6.000 euro, frutto di 2 milioni di visualizzazioni dei video. Ciò che non è emerso, invece, è quanto, rispetto a queste cifre, ha guadagnato la piattaforma, visto che la popolarità dei contenuti è strettamente correlata ai profitti dei contenitori.



<sup>5</sup> Se, per un verso, la dinamica che lega produttori e distributori di contenuti è chiara, per altro va data contezza del dibattito giuridico in materia che non ha ancora sciolto alcuni nodi cruciali. Infatti, il *Digital Services Act*, c.d. D.S.A (Regolamento UE 2022/2065), per riferirsi a una delle normative più recenti, non sembra del tutto superare quella "neutralità" dei providers già tracciata dalla Direttiva 2000/31/CE sul commercio elettronico. Pur intraprendendo un percorso di *accountability*, responsabilizzando ex ante le piattaforme al rispetto di precisi obblighi di informazione, trasparenza e buona fede, all'art.8 conferma l'inesistenza di "un obbligo generale di sorveglianza sulle informazioni che tali prestatori trasmettono o memorizzano", esonerandoli, altresì, dall'obbligo di "accertare attivamente fatti o circostanze che indichino la presenza di attività illegali". Per un esaustivo compendio sul tema, si vedano Astone (2021), Petruso (2019) e Allegri (2017).

<sup>6</sup> Sono stati gli stessi *youtuber* ad adottare questa decisione, anche se sono stati avanzati dubbi sull'effettiva interruzione dell'attività.

(<https://www.wired.it/article/theborderline-youtube-canale-chiuso/#:~:text=Il%20canale%20del%20gruppo%20di,racconta%20infatti%20un'altra%20cosa.> )



Non sembra valere l'identico principio, invece, nel momento in cui si parla delle responsabilità. In effetti, a cinque giorni di distanza YouTube con un comunicato ha fatto sapere di avere rimosso gli annunci pubblicitari dal canale The Borderline, "in conformità con le nostre norme sulla responsabilità dei creator a seguito di comportamenti dannosi per la community di YouTube" (anche se, ribadiamo, nel frattempo la visibilità - e i guadagni - del canale erano aumentati in maniera esponenziale). Ha tenuto, però, a precisare: "Ogni creator di YouTube dovrebbe rimanere responsabile sia all'interno che all'esterno della piattaforma". La demonizzazione, e non la cancellazione, è quindi la sanzione, a conferma della supremazia del dato economico su ogni altra valutazione di carattere etico e morale.

Allo stesso tempo, una contraddizione in termini, visto che le norme sulla responsabilità erano state violate dai The Borderline sin dall'apertura del canale (tre anni prima). La policy di YouTube vieta espressamente "sfide che mettono palesemente a rischio la vita di chi vi partecipa" e che "comportano un rischio imminente di lesioni o danni fisici" quando sono coinvolti dei minori. In più, è bandita la pubblicazione di "video che inducano le vittime a temere per la propria incolumità" o "che possano effettivamente causare danni fisici, come pure scherzi offensivi o pericolosi che potrebbero causare stress emotivo nei minori". Eppure, non era la prima volta che i The Borderline proponevano simili *challenge*. Resta irrisolta, poi, la questione di chi e con quali mezzi deve valutare criteri, quali quelli relativi alla potenziale pericolosità o offensività di determinate azioni, che non presentano caratteri di oggettività.

Si tratta di questioni apparentemente logiche, ma rispetto alle quali non si sono compiuti, negli ultimi anni, passi avanti. Perché? La risposta principale appare legata a un ulteriore elemento non certo secondario. Al di là delle ondate di sdegno momentanee, l'attività delle piattaforme è accompagnata da un sostanziale paradosso:

Da un lato le élites internazionali (giornali, intellettuali, un numero crescente di politici) stanno mettendo sotto processo i giganti dell'high tech per difendere dal loro crescente potere i cittadini. Dall'altra i cittadini sembrano di tutt'altro avviso: i servizi forniti dalle aziende digitali hanno un altissimo gradimento e la discussione sui freni da porre al loro crescente potere non interessa più di tanto. Le élites culturali vogliono difendere il popolo, ma il popolo non sembra interessato a essere difeso da élites sempre meno amate (Pedemonte, 2017: 10).

In sintesi, da un punto di vista sociale, le responsabilità delle piattaforme digitali emergono con chiarezza, specialmente alla luce di episodi drammatici come quello di Casal Palocco. Tuttavia, emerge con la stessa evidenza l'ampia accettazione del loro ruolo da parte degli utenti, che vedono negli spazi digitali un fertile terreno per l'espressione e lo sviluppo di processi culturali. C'è, insomma, un complesso intreccio tra la percezione delle responsabilità sociali attribuite alle piattaforme e il loro uso per capitalizzare contenuti: che siano essi rischiosi o espressione di dinamiche culturali positive e di partecipazione attiva. In tal senso è importante sottolineare come le *challenge* pericolose siano solo una parte di questo particolare genere in cui



sono incluse sfide che vanno dal demenziale all'impegno sociale, sulla scia del successo ottenuto nel 2014 dall'*Ice Bucket Challenge* finalizzata a stimolare la raccolta di fondi per sostenere la ricerca sulla sclerosi laterale amiotrofica.

Tutto ciò, però, lascia comunque aperta un'altra domanda: per quale motivo anche contenuti quali, ad esempio, quelli legati alle *challenge* estreme che – almeno apparentemente – sembrano rappresentare un elemento di minaccia rispetto agli equilibri sociali, guadagnano una tale popolarità? Quale immaginario esprimono?

La tematizzazione del concetto di sfida, profondamente radicata nella cultura umana, trova una delle sue espressioni più affascinanti e pervasive nel cinema e nella televisione, ancor prima di emergere con forza nell'era digitale attraverso le *challenge* sui social media. Questa narrazione, che attraversa generazioni, si manifesta in una varietà di forme che vanno dalle prove di coraggio adolescenziali alle competizioni estreme, rappresentando non solo un momento di intrattenimento, ma anche un potente strumento di costruzione identitaria e di esplorazione dei limiti personali e collettivi.



## 2. Le logiche delle *challenge*: dai media tradizionali a quelli digitali

Non è di certo la prima volta che le sfide online salgono tragicamente alla ribalta, specie per la loro capacità di coinvolgere fasce di pubblico potenzialmente deboli, quale quella di bambini e adolescenti<sup>7</sup>.

Il primo caso di *challenge* estrema che suscita l'interesse dell'opinione pubblica è quello legato a *Blue Whale*, una sfida impostata su una escalation di attività masochiste che dovrebbero culminare con il suicidio. Le prime tracce di tale sfida risalgono al 2013, tuttavia l'allarme scatta tre anni dopo, in seguito a un'inchiesta pubblicata in Russia da "Novaya Gazeta". Nel nostro Paese l'articolo viene ripreso nel 2017 dalla trasmissione "Le Iene"<sup>8</sup>, anche se diverse verifiche successive hanno poi rivelato l'infondatezza della notizia (Bennato, 2018).

Le *challenge*, però, nel giro di pochi anni diventano fenomeno ampio. In Italia, uno studio<sup>9</sup> della Presidenza del Consiglio dei Ministri in collaborazione con l'ISS, nel 2022, ha rivelato che il 6,1% degli studenti italiani fra gli 11 e i 17 anni ha partecipato almeno una volta a una *challenge*. Il dato assume rilevanza ancora maggiore se si pensa che la percentuale di chi ha partecipato a una sfida social è più alta nella fascia di età 11-13: il 7,6%. Tik Tok, uno dei social più usati per veicolare le *challenge*, dal canto suo, ha commissionato e sostenuto una ricerca accademica sulle sfide on-line pericolose:

<sup>7</sup> Si pensi, tra l'altro, alla morte di una bambina di dieci anni avvenuta il 21 gennaio 2021 a Palermo, a causa della partecipazione a una di queste *challenge* estreme.

<sup>8</sup> Un suicidio avvenuto nella città di Livorno veniva messo in correlazione con un'epidemia di episodi simili verificatisi in Russia qualche tempo prima.

<sup>9</sup> Il report è intitolato *Dipendenze comportamentali nella Generazione Z*.

i dati raccolti mostrano che la maggior parte dei bambini non partecipa personalmente alle sfide, solo il 21% degli adolescenti partecipa attivamente a sfide (di qualsiasi tipo), a prescindere dal fatto che scelgano di pubblicarle o meno. I tassi di partecipazione effettivi alle sfide pericolose sono molto più bassi e suggeriscono che mentre il 21% dei ragazzi partecipa a sfide, solo il 2% degli adolescenti ha preso parte a una sfida che considera rischiosa e pericolosa e solo lo 0,3% ha partecipato a una sfida che ha classificato come molto pericolosa. Inoltre, il numero dei partecipanti (e di coloro che pubblicano il video della loro performance) si riduce significativamente con l'età (Hilton, 2021: 12-13).

Al di là di queste differenti interpretazioni sui numeri, rimane da comprendere cosa c'è dietro il successo delle *challenge*. Se è vero che il gusto per la sfida (soprattutto da parte dei giovani) non è una novità – romanzi, film e cronaca raccontano spesso di prove basate sul coraggio nate con lo scopo di definire identità e appartenenza a determinati gruppi – è anche vero che queste *challenge* seguono logiche connesse all'intrattenimento, alla visibilità e al successo sociale.

Questo è sicuramente uno dei punti su cui si focalizzano paure e critiche di chi vede i social come colpevoli delle tragedie nate dalle *challenge* stesse. I like, e il successo derivante dalla viralità dei video, renderebbero i giovani succubi di tali nuove logiche. Ma queste logiche sono, in realtà, tutt'altro che nuove e affondano le proprie radici nella società dello spettacolo e nei mezzi che sono stati le pietre angolari del nostro ecosistema mediale prima dell'avvento del digitale: il cinema e la televisione.

I media, infatti, hanno la straordinaria capacità di interpretare e rappresentare le esperienze e le sfide dei giovani in modi che riflettono il contesto socioculturale. Negli Anni '50, un'epoca di grandi trasformazioni, i giovani diventano soggetti complessi e dalle molteplici sfaccettature, simboli delle dinamiche di cambiamento in atto. Il cinema, come medium visivo e narrativo, cattura in modo penetrante le loro identità in evoluzione e le dinamiche dei loro rapporti con il mondo adulto (Frezza, 2013). Verso la metà dello stesso decennio, a causa del graduale allentamento del Codice Hays di Hollywood e dell'ascesa del cinema indipendente, emergono una serie di film che affrontavano apertamente temi considerati tabù (sessualità, crimine e uso di droghe). Un genere di film che causa controversie riguarda la questione sociale della delinquenza giovanile. Per esempio, negli Stati Uniti, questi film di successo che esplorano il 'cattivo comportamento' dei giovani ribelli scatenano un ampio dibattito sull'inefficacia del sistema educativo e sul declino dei valori familiari. Le pellicole non fanno altro che amplificare le preoccupazioni, suscitando inquietudini e pruriti censori da parte di religiosi, genitori, ricercatori e di un allarmato Congresso. Dall'opinione pubblica comune fino al Senato degli Stati Uniti, incluso un gruppo influente di giornalisti, intellettuali, politici e leader religiosi, tutti si trovano a esprimere timori riguardo alla minaccia che questi film rappresentano rispetto ai valori sociali fondamentali (Bilteryst, 2007).

Una delle pellicole capaci di scatenare un vero e proprio panico morale è sicuramente *Gioventù bruciata (Rebel Without a Cause)*, uscito nelle sale nel 1955. In questo cult assistiamo alla nascita del paradigma narrativo della *Chickie-Run*. Jim





Stark (James Dean) e Buzz Gunderson (Corey Allen) si sfidano in una corsa automobilistica mortale che consiste nel lanciarsi a tutta velocità verso un dirupo sul mare. L'ultimo a buttarsi fuori dalla macchina per salvarsi vince. Il 'gioco' finisce con la morte di uno dei personaggi, Buzz, ma da quel momento in poi aumenta a dismisura il numero di film che presentano diverse versioni di tale sfida (Morton, 1986).

Ritroviamo, così, altre prove mortali del genere in *American Graffiti* (1973), in *Grease* (1978) e anche una variazione sul tema – trattori al posto delle macchine – in *Footloose* (1984). Le *challenge* giovanili diventano un vero e proprio topos narrativo in cui sono tematizzati la ricerca dell'identità, il senso di appartenenza a un gruppo, la ribellione verso istituzioni e famiglie incapaci di comprendere nuovi bisogni sociali e identitari. Non è un caso, infatti, se in *Stand by Me* (1986), film tratto da uno dei racconti di formazione più di successo del XX secolo – *The Body* (1982) di Stephen King – siano presenti varie sfide di coraggio tra i ragazzi protagonisti<sup>10</sup>. Le prove tra giovani possono, quindi, rappresentare anche momenti di auto-esplorazione e definizione identitaria.

Ovviamente, anche la tv ha sfruttato (e trasformato) con successo il filone narrativo delle *challenge*. In Italia una trasmissione come *Ciao Darwin* (1998-2024) dedica una parte del programma proprio alle prove di coraggio, riscuotendo grande successo grazie a sfide piuttosto estreme. Le audience diventano sempre più protagoniste dello spettacolo messo in scena; qui però non sono protagonisti giovani incoscienti, ma persone di ogni età e tipologia in uno show che, stando quanto proposto dall'emittente, sarebbe adatto a tutta la famiglia (nonostante alcuni concorrenti abbiano subito danni fisici o attacchi di panico durante le prove).

Il male assoluto, per un certo lasso di tempo, viene individuato in *Jackass*, programma trasmesso da MTV dal 2000 al 2002 (da cui è nato un vero e proprio *franchise* con film, un documentario e videogiochi) nel quale un gruppo di giovani si mette alla prova con una serie di *stunt* demenziali e pericolosi. Lo show è stato accusato più volte di aver provocato morti e feriti per emulazione, portando anche a campagne politiche per la sua cancellazione. Forse, le *challenge* a cui si sottopongono i ragazzi di *Jackass* hanno caratteristiche più demenziali di quelle del programma di Bonolis<sup>11</sup>, ma l'assurdità delle sfide è grosso modo la stessa; questo fa pensare che le critiche probabilmente nascono da incomprensioni generazionali, piuttosto che da un'avversione verso le prove di coraggio e la paura di possibili emulazioni.

Nel 1998, Abercrombie e Longhurst già mettevano in luce come l'audience fosse coinvolta in un processo di attiva costruzione della propria identità all'interno delle relazioni che stabilisce con i mezzi di comunicazione. Questo fenomeno di attiva



<sup>10</sup> Il percorso intrapreso nel film costituisce un autentico rituale di passaggio, composto da prove da superare per crescere: il confronto con il "mostro" rappresentato dal cane Chopper; la sfida della morte e l'emozione del rischio (il passaggio del treno sul ponte); l'ansia legata all'oscurità (la notte trascorsa in un accampamento nel bosco); l'interazione con il proprio corpo e la resistenza al dolore fisico (l'episodio delle sanguisughe); il coraggio di affrontare ragazzi più grandi e bulli.

<sup>11</sup> Ovviamente i programmi hanno due format diversi, in *Ciao Darwin* le prove fisiche e di coraggio sono solo una parte dello show mentre in *Jackass* sono il nucleo centrale del programma.

costruzione dell'identità delle audience si sviluppa in base all'interazione di due importanti processi storici che si sono manifestati nel corso della modernità. Da un lato, c'è la tendenza a considerare il mondo come uno spettacolo, con le persone che partecipano agli eventi sentendosi parte di un pubblico coinvolto. Dall'altro lato, c'è l'emergere dell'individuo che costruisce la propria identità in modo narcisistico, concependosi come un performer capace di controllare l'immagine che proietta: "Life is a constant performance; we are audience and performer at the same time; everybody is an audience all the time" (Abercrombie, Longhurst, 1998: 73). Spettacolo, performance e audience sono dunque intrecciati già da tempo in un nesso molto eterogeneo in cui è possibile rintracciare diverse forme e gradi di intensità; i social network non fanno altro che rimediare tali logiche alterando la nostra comprensione degli spazi performativi e costringendoci a nuovi modi di pensare alle creatività, all'autenticità, all'autorialità, al rapporto con il pubblico e la tecnologia, gli spazi e a questioni evidentemente urgenti come la sicurezza.



### 3. Il lavoro digitale: questo sconosciuto...

Cosa c'è di vero, quindi, nella narrazione che dipinge i giovani come trogloditi, in un ambiente digitale senza regole, incapaci di riconoscere il peso delle loro azioni perché sconnessi dalla realtà?

Ovviamente si tratta di una semplificazione, dietro la quale – come detto nelle pagine precedenti – c'è un meccanismo più complesso e, soprattutto, radicato. È un tipo di narrazione che richiama vecchi strali contro la 'perversione violenta' portata avanti dai fumetti nel secolo scorso (Hajdu, 2010); a tal proposito McLuhan faceva notare che:

non avendo capito niente della forma, non potevano neanche individuarne il contenuto. S'accorsero soltanto delle torture e della violenza; dopo di che, con ingenua logica da alfabeti, aspettarono che la violenza dilagasse nel mondo. O attribuirono ai fumetti la criminalità contemporanea. [...] Intanto bisognava vivere nella violenza di un ambiente industriale e meccanico e darle un significato e una ragione d'essere nei nervi e nelle viscere dei giovani. [...] un alto livello d'intensità, dato che rendeva bene. E quando l'industria del divertimento cercò di presentare un ragionevole facsimile della normale veemenza urbana, alzammo le sopracciglia (McLuhan, [1964] 1986: 188-189).

A questo punto è importante notare come l'interazione sui social media comporti una gestione delle relazioni sociali attraverso piattaforme stesse, che vanno oltre il semplice trasferimento negli spazi tecnologici delle dinamiche sociali preesistenti. Le piattaforme – ribadiamo – influenzano e plasmano la natura delle relazioni sociali. Ma, contemporaneamente, in questi ambienti può essere utile guardare proprio alle esperienze dei giovani che in tali spazi ridisegnano lo spettro delle possibilità collettive e individuali. Da qui nasce l'incomprensione generazionale che porta

istituzioni e rappresentanti della vecchia cultura mediale a non riconoscere le forme della cultura e del lavoro digitale (Purcell, Garcia, 2021).

La precarietà lavorativa (ma anche affettiva e identitaria), la frammentarietà delle carriere e la loro provvisorietà sono, infatti, parte di trasformazioni che hanno dato forma a una realtà diversa da quella delle generazioni precedenti (Neilson, 2015). L'inserimento in flussi globali di idee, informazioni, immagini, modelli di vita e di consumo ha trasformato profondamente la concezione di soggettività, appartenenza e partecipazione politica. Concetti come 'sfera pubblica diasporica', che evidenzia la circolazione delle informazioni oltre i confini nazionali, 'comunità trans-locali', riferito alla formazione di legami e reti che superano le definizioni tradizionali di appartenenza territoriale, e 'società in rete', in cui la tecnologia ha favorito una sempre maggiore interconnessione sociale, sono diventati comuni e pervasivi nella nostra comprensione della realtà (Colombo, Leonini, 2015).

In un ambiente sociale caratterizzato da nuove forme di capitalismo si vengono a creare disagi inediti che si nutrono di mancanza di certezze, assenza di riferimenti solidi, della decostruzione dei pilastri che hanno retto le generazioni precedenti: religione, ideologie politiche, garanzie lavorative (Andreaola, Ventura, 2020). In un contesto simile è significativo come un primo riconoscimento del lavoro di *content creator*, in Italia, ci sia stato solo l'anno scorso con l'art. 27 del DDL Concorrenza. Un passo importante, ma tardivo, che offre almeno la possibilità di essere riconosciuti dalla sfera pubblica. Il lavoro – evidenzia Gorz (1992) – è un'attività svolta nella sfera pubblica, richiesta da altri e riconosciuta come utile, per cui si riceve una retribuzione. Partecipiamo alla sfera pubblica attraverso il lavoro retribuito che ci permette di avere un'identità sociale e una professione. In questo modo, entriamo in una rete di relazioni e scambi in cui ci misuriamo con gli altri.

È facile, dunque, generalizzare e parlare di mostri irresponsabili se non esiste un riconoscimento giuridico della professione, a fronte, tra l'altro, di un contesto fortemente 'industrializzato' qual è quello delle piattaforme: in cui, abbiamo visto, i profitti sono altissimi e nel quale l'unica vera forza lavoro è quella degli utenti. Professione, quella del *content creator*, tra l'altro, eterogenea e di difficile inquadramento (il DDL, infatti, è solo un primo passo e di sicuro non esaurisce tutte le problematiche relative a questo tipo di lavoro). Sono presenti molteplici figure e una pluralità di ambiti in cui i *content creator* (*youtuber*, *streamer*, *tiktoker*, *influencer*, etc.) si esprimono, che rendono problematica la definizione di un perimetro in cui intervenire.

Esiste, inoltre, un'ovvia ingerenza delle piattaforme utilizzate che limitano l'autonomia e assoggettano i *content creator* al proprio potere: basti pensare alle conseguenze di un *ban* o di un cambiamento di algoritmo (Rota, 2021).

Al pregiudizio istituzionale (appena scalfito) si aggiunge un pregiudizio sociale, spesso veicolato dai media tradizionali che accusano i media digitali di impoverire la cultura e le capacità cognitive e morali delle giovani generazioni. A questo punto è abbastanza evidente come le reazioni al caso di Casal Palocco, e alle disgrazie che in qualche modo richiamano la responsabilità del digitale e dei giovani 'succubi' del suo



potere, mostrino alcune crepe dell'immaginario sociale dovute a nuovi scontri e contraddizioni culturali.

L'immaginario è una sfera di senso in cui la vita umana si sviluppa e acquista significato (Marzo, Mori, 2019). È uno spazio di natura sociale, costituito da segni e rappresentazioni in costante metamorfosi. Le narrazioni, le immagini, i concetti e i miti che costituiscono l'immaginario sono collegati tra loro in una rete densa di simboli e significati condivisi a livello culturale. Le rappresentazioni presenti nell'immaginario si trovano in una dialettica costante tra il livello collettivo e quello individuale, e si adattano continuamente all'ambiente circostante, sia fisico che mediale. Tali adattamenti sfociano in una 'visione collettiva' o in un contrasto tra diverse 'visioni collettive'. Traumi sociali e mediali possono essere assorbiti dall'immaginario che si configura così come "l'infinita scaturigine virtuale che accompagna ciò che è attuale, [come] la struttura antagonista complementare di ciò che si dice reale, e senza la quale, indubbiamente [...] non ci sarebbe realtà umana" (Morin, 1962, tr.it. 2000: 95).



#### 4. Conclusioni

La vicenda di Casal Palocco si inserisce, dunque, in un processo più ampio in cui è possibile rintracciare il trauma delle metamorfosi culturali, sociali e mediali che affondano le radici nel XIX e XX secolo. Dopo l'avvento della stampa, della radio e di decenni di *broadcasting* televisivo globale, seguiti dalla rivoluzione culturale digitale, la relazione tra la forma estetica collettiva e l'individualità è divenuta sempre più fluida e molecolare. Questi nuovi modelli di produzione della memoria condivisa hanno origini nella metropoli ottocentesca dove le tradizionali pratiche e istituzioni della modernità, basate su codici scritti, prospettive e ordini gerarchici, hanno cominciato a perdere la loro presa. Un processo che ha subito un'ulteriore accelerazione dalla seconda metà del secolo scorso (Ragone, 2015).

Metamorfosi che riflettono la perdita di centralità dei vecchi media (e di chi opera al loro interno) e la crisi di istituzioni e valori strettamente connessi alle forme estetiche, economiche e di potere che stanno adattandosi al nuovo ecosistema mediale. Un processo-portato avanti con una spinta mai vista prima dall'avvento del digitale e che si incarna in diversi modelli economici, culturali e sociali. Si vengono così a generare due visioni diverse delle dinamiche in atto: una governata da una sorta di euforia per un immaginario prodotto sempre più da paradigmi tecnologici, e una dominata da un senso di angoscia scaturito dalla sensazione della perdita irrimediabile di un sistema di valori legato a forme politiche e culturali che stanno inevitabilmente trasformandosi.

Si pensi all'opposizione tra apocalittici e integrati coniata da Umberto Eco nel 1964 o a quella tra cyberutopici (che trovano terreno fertile nelle ideologie che dominano la Silicon Valley degli Anni '90) e critici dell'internet-centrismo (Morozov, 2014).

In questo contesto, il capitalismo neoliberale che anima la nostra società e che allo stesso tempo nutre ed è nutrito dall'immaginario tecnologico-scientifico che lo sostiene, sta trasformando il tempo del non-lavoro in un'attività produttiva in cui

ogni post, like o follow sulle reti sociali, così come tutte le comunicazioni che scandiscono le forme elementari della vita digitale, si pongono come processi atti a nutrire la matrice, fonti di produzione e consumo, ma soprattutto di analisi, previsione e controllo dei comportamenti sociali. (Susca, 2022: 40)

*Influencer, streamer, youtuber e tiktok* provano, all'interno di questo ecosistema a portare avanti uno scambio simbolico ed emotivo capace di innescare

nuove e straripanti trame narrative, comunità irrequiete, fandom esuberanti, ovvero una serie sterminata di figure societali che non si accontentano di ciò che è offerto loro, giacché bramano di essere in scena, fare l'opera, divenire opera, finanche opera senza opera (ivi: 70).

Le piattaforme digitali disegnano il contesto espressivo nel quale tale scambio si manifesta, ma il loro ruolo non può essere considerato neutrale e, più che rappresentare un volano di contenuti, vanno viste quali soggetti attivi.

Chiarito quindi che, quando parliamo dei giovani, non siamo di fronte a mostri con scarse capacità cognitive incapaci di distinguere la realtà dal virtuale ed esaminata la complementarità tra immaginario e sistemi sociali, economici e mediali, possiamo provare a rimettere a fuoco la questione allontanandoci dalla ricerca spasmodica di un colpevole che sfocia in atteggiamenti luddisti o nella condanna e nel mancato riconoscimento delle culture giovanili.

Cambiando solo alcuni termini di quanto detto da McLuhan riguardo ai fumetti, potremmo affermare: non avendo capito niente della forma, non potevano neanche individuarne il contenuto. S'accorsero soltanto delle *challenge* e della violenza; dopo di che, con ingenua logica da *boomer*, aspettarono che la violenza dilagasse nel mondo. O attribuirono ai social e alla rete la criminalità contemporanea. E quando alcuni *content creator* spettacolarizzarono (e capitalizzarono) la normale veemenza digitale, alzammo le sopracciglia.

Se, dunque, rimane importante mantenere uno spirito critico nei confronti delle ricadute sociali prodotte dalle piattaforme che abitiamo, è altrettanto importante riconoscere che il dibattito avviatosi intorno alla tragedia di Casal Palocco muove da premesse fuori fuoco. Riconoscere la falsa opposizione tra virtuale e reale e, quindi, che le nostre esistenze si svolgono *on-life* (Floridi, 2014) è il primo passo per avviare una piena comprensione dell'attuale ecosistema mediale: mondo fisico e mondo digitale hanno confini sempre più labili, come dimostrato dalle attuali esplorazioni del metaverso (Centorrino, Di Paola *et Al.*, 2023; Centorrino, Di Paola, 2022). Le tante problematiche e i rischi legati a un incontrollato sviluppo del digitale e alla piattaformaizzazione della Rete non si risolvono attraverso la censura o campagne punitive verso il mostro di turno, ma provando a trasformare (e a governare) il



Marco Centorrino e Lorenzo Di Paola  
*Dalla Chickie-Run alla challenge di Casal Palocco*

sistema economico, sociale che ci vuole tutti felici *prosumer* performanti in un mondo in piena catastrofe ambientale e sociale.





## Bibliography

- Abercrombie N., Longhurst B.J. (1998), *Audiences: A sociological theory of performance and imagination*, London, Sage.
- Allegri M.R. (2017), "Alcune considerazioni sulla responsabilità degli intermediari digitali, e particolarmente dei social network providers, per i contenuti prodotti dagli utenti", *Informatica e diritto*, 1-2: 89-112.
- Andreola F., Ventura R.A. (2020), *Disagiologia. Malessere, precarietà ed esclusione nell'era del tardo capitalismo*, Roma, D editore.
- Astone A. (2021), "Il contrasto alla disinformazione online: le soluzioni normative già adottate e quelle prospettate", *Comparazione e diritto civile*, 3: 897-921.
- Bennato D. (2018), "L'emergere della disinformazione come processo socio-computazionale. Il caso Blue Whale", *Problemi dell'informazione*, 3: 393-420.
- Biltereyst D. (2007), "American Juvenile Delinquency Movies and the European Censors", in Shary T., Seibel A. (eds.), *Youth Culture In Global Cinema*, Austin, University of Texas Press, 9-26.
- Boccia Artieri G., García-Bilbao P.A., La Rocca G. (2021), "Rethinking affective polarization and sharing of emotions in digital platform ecosystems. Theories and research practices", *International Review of Sociology*, 2: 223-230.
- Centorrino M., Di Paola L. (2022), "L'opera d'arte nell'era della sua colonizzazione. I rischi del Metaverso", *Im@go. A Journal of the Social Imaginary*, 19: 195-209.
- Centorrino M., Di Paola L., Condemi J., Ferrigno C. (2023), "Conoscere il metaverso: device, corpi, luoghi e relazioni", *Complessità*, 1: 34-72.
- Ciofalo G., Leonzi S. (2021), "Schermo, habitat, piattaforma. Metafore dell'immaginario della comunicazione", *H-ermes, J. Comm.*, 19: 7-30.
- Colombo E., Leonini L. (2015), "Introduzione: giovani e crisi in Italia tra precarietà e incertezza", *Mondi Migranti*, 2: 35-51.
- Floridi L. (2014), *The Onlife Manifesto: Being Human in a Hyperconnected Era*, Oxford, Oxford Internet Institute.
- Frezza G. (2013), *Dissolvenze: mutazioni del cinema*, Latina, Tunuè.



Hajdu D. (2010), *Maledetti fumetti! come la grande paura per i "giornaletti" cambiò la società statunitense*, Latina, Tunuè.

Hilton Z. (2021), *Analisi di efficaci risposte educative per la prevenzione delle sfide online pericolose*, Praesidio safeguarding. <https://praesidiosafeguarding.co.uk/safeguarding/uploads/2021/11/Exploring-effective-prevention-education-responses-to-dangerous-online-challenges-Italian-compressed.pdf?x70166>

Jenkins H. (2006), *Fans, Bloggers, and Gamers. Exploring Participatory Culture*, New York, New York University Press.

Marzo P.L., Mori L. (2019), *Le vie sociali dell'immaginario: Per una sociologia del profondo*, Milano, Mimesis.

Morin E. [1962] (2002), *Lo spirito del tempo*, Roma, Meltemi.

Morozov E. (2014), *Internet non salverà il mondo*, Milano, Mondadori.

Morton J. (1986), "Juvenile Delinquency Film", in Vale V., Juno A. (ed.), *Incredibly strange films*, 10: 143-146.

Neilson D. (2015), "Class, precarity, and anxiety under neoliberal global capitalism: From denial to resistance", *Theory & Psychology*, 2: 184-201.

Pedemonte E. (2017), "Piattaforme digitali: la dittatura vorace che piace", *DigitCult*, 3: 9-14.

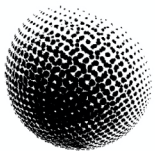
Petruso R. (2019), *La responsabilità degli intermediari della rete telematica I modelli statunitensi ed europei a confronto*, Torino, Giappichelli.

Poell T., Nieborg D.B., Duffy, B.E. (2022), *Piattaforme digitali e produzione culturale*, Roma, Minimum Fax.

Purcell C., Garcia R. (2021), "Indecent Work? The Rise of Digital Platform Work in France and the United Kingdom", Christie F., Antoniadou M., Albertson K., Crowder M. (eds.), *Decent Work*, Emerald Publishing Limited, Leeds, 99-112.

Ragone G. (2015), "Radici della sociologia dell'immaginario", *Mediascapes journal*, 4: 63-75.

Rota A. (2021), "I creatori di contenuti digitali sono lavoratori?", *Labour & Law Issues*, 2: 1-1.



Marco Centorrino e Lorenzo Di Paola  
*Dalla Chickie-Run alla challenge di Casal Palocco*

Susca V. (2022), *Tecnomagia: Estasi, totem e incantesimi nella cultura digitale*, Milano, Mimesis.

Valerii M. (2017), "L'immaginario collettivo nell'era biomediativa", *DigitCult*, 3: 1-8.

van Dijck J. (2013), *The culture of connectivity: A critical history of social media*, Oxford, Oxford University Press.

van Dijck J., Poell T., de Waal M. (2016), *De platformsamenleving. Strijd om publieke warden in een onliner wereld*, Amsterdam, Amsterdam University Press.



