

Recensione a: Stefano Brilli (2023), *YouTube Freak Show. Fama e derisione alle soglie dell'influencer culture*, Franco Angeli, Milano

Manolo Farci

Ci sono libri che sfoggiano con fierezza un'elegante inattualità. Si impegnano a esplorare le intricate tematiche che circondano i media digitali senza cedere al *nuovismo* che ancora circonda purtroppo molti studi su Internet. Provano a comprendere l'evoluzione contemporanea dei fenomeni della Rete, senza sentirsi in obbligo di omaggiare i *cliché* del momento, sfruttando parole d'ordine quali *fake news*, *hate speech* e disinformazione. Troppo spesso, difatti, l'uso e abuso di questi termina ci trascina nell'equivoco di scambiare la riflessione critica con l'urgenza di rispondere prontamente alle emergenze, lasciandoci con l'impressione che non ci sia tempo per pensare, non vi sia spazio per uno sguardo capace di guardare in maniera riflessiva a quello che è stato. A quest'equivoco tenta di rispondere il libro di Stefano Brilli *YouTube Freak Show. Fama e derisione alle soglie dell'influencer culture* (Franco Angeli 2023). Come la saggia civetta di Minerva, evocata da Hegel, che prende il volo al calar della notte, dal momento che la comprensione profonda della realtà si realizza solo a posteriori, così il lavoro di Brilli si distingue per lo sforzo di approfondire un momento cruciale nello sviluppo della Rete, proprio quando esso sembra volgere al termine. Questo momento è il decennio d'oro 2006-2015, periodo fondamentale nella storia della Rete, in quanto anticipa l'ascesa dei social media e getta le fondamenta per le attuali industrie dei *creator* e degli *influencer*. In questa fase mostrarsi in pubblico sembra essere guidato ancora da una genuinità spontanea, non ancora del tutto addomesticata dalle fredde metriche delle piattaforme. È qui che nasce il fenomeno delle star del ridicolo, persone ordinarie che decidono di sfruttare l'opportunità offerta da spazi come YouTube per condividere i propri video amatoriali e che diventano improvvisamente famose perché si trovano, spesso loro malgrado, al centro di rituali di irrisione collettiva. Brilli si concentra, in particolare, sul caso di YouTube Italia, passando in rassegna personaggi diventati patrimonio collettivo dei più assidui e affezionati frequentatori del web: da Laura Scimone a Gemmadelsud, da Matteo Montesi a Giuseppe Simone, fino ad Andrea Dipré, sorta di improbabile impresario dinamitardo del trash 2.0. *Lolrap*, *bimbiminkia*, *epic fail*, *YouTube poop*: ad accomunare queste escrescenze impazzite del cattivo gusto digitale c'è quel principio di fallimento emulativo che secondo il mai troppo compianto Tommaso LaBranca è alla base del concetto di *trash*. Quella di Brilli, tuttavia, non è semplicemente una spettrografia divertita dei fenomeni da baraccone all'epoca della loro riproducibilità digitale. Non si tratta di perimetrare lo spazio del triviale negli ambienti digitali, affrontandolo come un mero fenomeno di costume. Studiare le star del ridicolo su YouTube Italia, per l'autore, è una faccenda *seria* perché significa sollevare questioni fondamentali che toccano il nostro essere pubblici connessi nei media digitali.

La messa in ridicolo dell'altro è parte integrante del comportamento sociale degli esseri umani e ha sempre assolto a numerose funzioni sociali. La figura del buffone – *outsider* per eccellenza – è servita storicamente a rinsaldare norme, valori etici ed estetici, senso di appartenenza di gruppo. La sospensione del rispetto che ha tradizionalmente accompagnato alcune manifestazioni rituali, come il ridere del giullare di corte o insultare lo scemo del villaggio, è stata sovente interpretata in ottica terapeutica, come un modo di incanalare le pulsioni negative concentrate nella società. Allo stesso modo, l'esibizione del *freak show* ha permesso di rendere riconoscibile e circoscrivibile la devianza, arrivando a confermare per opposizione un tipo specifico di normalità. Sebbene oggi scomparsi, questi riti e spettacoli sembrano sopravvivere nei media di massa, dove all'acquisizione della fama viene spesso fatta corrispondere una parziale perdita del diritto al rispetto. Come a dire: chi fa l'ingresso nello spazio dei media, chi assurge al ruolo di celebrità, deve sapere che ci sarà un prezzo da pagare, e che tale prezzo può comportare la perdita della propria dignità, soprattutto laddove non è sempre chiaro il merito che ha permesso a quell'individuo di diventare famoso. Si pensi ai rituali di irrisione che coinvolgono spesso i partecipanti dei programmi di *reality TV*, *talent show*, *docusoap*. Non è raro che chi vi prende parte sia raffigurato come una persona manchevole di talento o degli attributi estetici e morali che giustificano la sua fama e dunque sottoposto ad un giusto processo di ludibrio collettivo.

La fama ridicolizzante non nasce quindi con Internet. È tuttavia vero, come ben argomenta il libro, che le dinamiche di visibilità connessa dei media digitali complicano il rapporto tra celebrità e derisione. Anzitutto, negli ambienti online, la creazione del personaggio ridicolo è un processo solo in parte imputabile alla performance iniziale del deriso. È vero che ciò che determina la persona ridicola è una rigidità del comportamento impermeabile alla consapevolezza del suo carattere ridicolo – *ci è o ci fa?* è la domanda che viene sempre in mente quando si osservano questi campioni del brutto online. Tuttavia, nei media digitali, tale rigidità passa dall'essere una caratteristica del ridicoleggiato a un effetto della condivisione dei pubblici connessi. Sono questi pubblici a leggere i caratteri del soggetto che essi stessi hanno messo in risalto come indizi dell'accettazione del *frame* del ridicolo. Come dire: il trash è negli occhi di chi guarda e dunque potenzialmente chiunque può subire un processo di *enfreakment*, ossia diventare un prodotto di dileggio grottesco a prescindere dalla sua volontà. Con la conseguenza che il *presunto* buffone viene via via ridotto a persona-contenuto, ad artefatto funzionale – diventa semplicemente un bene simbolico usato al fine di costruire lo spettacolo dell'intrattenimento. Si tratta di un meccanismo che pervade gli attuali ambienti digitali e che può avere risvolti a suo modo drammatici. Si pensi al famoso caso di Tiziana Cantone, la ragazza suicida diventata tristemente nota nel 2016 a seguito della diffusione virale di un video intimo in cui era coinvolta. Quel filmato aveva generato una tale produzione di contenuti parodici virali, la sua immagine trattata alla stregua di qualsiasi meme divertente che circola in Rete, che Tiziana era diventata un *freak* suo malgrado, un idolo buffonesco che poteva essere schernito, perché la derisione è “diretta al personaggio e non alla persona” o perché “chi si espone in una certa maniera lo deve mettere in conto”.

In secondo luogo, negli ambienti digitali, il rapporto tra pubblico e personaggi è tutt'altro che univoco dal punto di vista degli usi e delle affettività. Come spiega Brilli analizzando il contenuto dei commenti ai video di dieci dei personaggi più noti tra le star del ridicolo su YouTube Italia, capita spesso che l'intento canzonatorio nei confronti di questi individui non venga mai del tutto svelato e si passi dalla commiserazione alla simpatia, dall'attrazione alla repulsione. Non a caso, il registro affettivo che ricorre in molti commenti è quello della *mitizzazione canzonatoria*, che degrada ma contemporaneamente eleva, si pensi agli epiteti come "idolo", "maestro", "profeta", "messia", o "genio" con cui spesso vengono appellate le star ridicole del web. È come se dietro la derisione ironica spesso si esprimesse un reale apprezzamento, diretto principalmente ad ammirare la spontaneità della persona buffonesca e la sua funzione di rottura delle norme estetiche e del contegno. Questi personaggi vengono ammirati perché hanno avuto il coraggio di rompere il canone della giusta esposizione, di essersi liberati dal giogo della reputazione online, di essere riusciti a mettere in discussione quei principi della vigilanza riflessiva sul sé e di oculata gestione manageriale della propria identità che sono alcuni dei tratti più fastidiosamente disciplinanti dell'attuale vita digitale connessa.

Infine, la star del ridicolo è un tipo di oggetto mediale che permette ai pubblici connessi di prender parte alla vita digitale, mantenendo però una forma di distanziamento ironico – di *cinica sprezzatura* – rispetto alle sue logiche e valori. Elevare a culto di ammirazione un buffone è un modo per irridere le logiche del merito, della produttività e della qualità che orientano la vita di tutti i giorni negli spazi connessi. Dichiararsi fan di una star del ridicolo condiviso significa minimizzare il valore della celebrità così influente nella società contemporanea. Mitizzare l'idolo improbabile vuol dire poter dire "vedete, essere al centro della scena non ha poi questo gran valore". In una epoca caratterizzata da uno stato di performatività diffusa, dove il branding di sé stessi ha assunto quasi un valore morale, la perdita di controllo sulla propria immagine è una eventualità insieme disastrosa e liberatoria. Il *bimbominkia*, il *Lol Rapper*, la *trash star* sono l'espressione di un gusto che deride l'incompetenza, ma allo stesso tempo eleva il carattere di spontaneità e ostinazione incurante del contesto della star grottesca, che celebra cinicamente la mancanza di *self-awareness* del buffone come una sorta di lusso precluso ai più. Se il trash, dunque, costituisce una delle forme di intrattenimento più ricorrenti della cultura digitale è proprio perché offre una posizione spettatoriale adatta alla complessità della contemporaneità e alla varietà estetica e valoriale della vita online; permette di non aderire alla norma senza rinunciarvi; offre la possibilità di continuare a essere soggetti della comunicazione senza che si debba essere pienamente identificabili con essa.

In conclusione, dunque, *YouTube Freak Show* è un libro prezioso. Teoricamente denso, ma efficacemente divertente. Che si rifà alla migliore tradizione degli studi culturali e alla necessità di decostruire tutto ciò che è "popolare", persino nelle sue manifestazioni più basse e degradate, ma che dialoga efficacemente con le più proficue riflessioni degli *Internet Studies*. L'autore ci regala una fotografia accurata di una Rete che sembra oramai appartenere al passato. Dove abbiamo sguazzato felici e inconsapevoli di quello che sarebbe successo dopo. Tuttavia, è proprio adesso, quando il "bel trash dei tempi andati" sembra aver perso la sua natura spontanea e uniforme e l'ascesa delle

industrie degli influencer ha privato la fama online dei suoi ultimi tratti di accidentalità e alternatività, che possiamo rivolgere a questo fenomeno uno sguardo analitico in retrospettiva per coglierne alcuni anticipi del nostro presente in Rete. Il libro di Brilli è questo: un'archeologia del sapere digitale che ci aiuta a comprendere in modo più approfondito i modi comuni e ordinari in cui abitiamo e agiamo negli spazi digitali.