

Le due facce dei social nel racconto dei fatti parigini

di **Marco Mele**

«**K**ey role» è quello che il Financial Times attribuisce ai social media nell'attacco a Parigi. La moltiplicazione delle reti di comunicazione, grazie in particolare ai dispositivi mobili, è una realtà che un evento drammatico come quello degli assalti nella capitale francese mette ancora più in risalto rispetto alla pratica dei giorni "ordinari". Nel bene e nel male.

Gli hashtag, i simboli, le foto, i disegni, il brano di Casablanca sulla Marsigliese, la Tour Eiffel che si spegne, l'Empire State Building, tra gli altri, con il tricolore francese, rimbalzando tra i social, arrivano in tv. Il doppio schermo è diventato, per una sera, la modalità normale e generalizzata di ciascun utente che, proprio attraverso il "secondo" schermo, quello dello Smartphone, può condividere, commentare, rilanciare, intervenire in un dramma collettivo. Twitter è stato il social più utilizzato mentre Periscope, la piattaforma di video streaming di Twitter va in tilt per eccesso di traffico, poi torna disponibile.

Instagram ha offerto un album in diretta, tra foro e video, di quello che accade in sette luoghi differenti della città mentre Snapchat ha offerto a sua volta foto e video degli utenti da commentare e condividere. Facebook ha rilanciato il servizio "Stai bene" (Safety Check), con il quale le persone presenti a Parigi nella sera di venerdì 13, e geolocalizzate dal social network, potevano avvertire i propri amici e parenti sul social network più diffuso (un miliardo di utenti nel mondo) sulla propria incolumità. Un servizio inaugurato da Facebook nel 2011 con il terremoto in Nepal ma ispirato e ideato durante il terremoto e lo tsunami giapponesi.

L'altra faccia di Twitter è la rivendicazione dell'Isis sull'attentato, ma non solo. I social tendono ad accrescere l'aggressività e la violenza: ci sono state vere e proprie aggressioni verbali nei confronti di chi ha sostenuto tesi in contrasto con altre, come quelle attorno alla figura e alle profezie di Oriana Fallaci.

Gli hashtag #porteouverte #Parisattack e #prayforParis, in cambio, diventano quelli su cui circolano decine di migliaia di messaggi, a cominciare da quello del presidente Francois Hollande per continuare con il vicepresidente degli Stati Uniti, Jo Biden, a molti candidati alla Casa Bianca, da Hillary Clinton a Donald Trump e a Jeb Bush, ad attori come James Wood a Rob Lowe ed Emma Watson, stelle del basket americano come LeBron James, o star della musica come Billy Idol e Alicia Keys; scrittori come Stephen King. Arnold Schwarzenegger chiude il suo tweet con Egalité, Liberté, Fraternité. Il segretario di Stato John Kerry il suo, del resto, l'ha scritto in francese. Vine, la app di video sharing di Twitter, è tra i primi ad offrire le immagini dello Stade de France, poi riprese da tutti i broadcaster televisivi.

Alcuni broadcasters statunitensi, da parte loro, hanno parzialmente modificato i propri palinsesti per non perdere audience a favore della Cnn o di Fox News: la NBC non ha mandato in onda la sitcom live Undateable ma una replica, mentre la ABC aveva in palinsesto 20/20 e l'ha dedicato tutto, ovviamente, a quanto stava accadendo a Parigi. Home Box Office, la maggiore pay tv via cavo statunitense, ha cancellato un concerto degli U2, così come Al Gore ha cancellato un evento previsto proprio a Parigi, alla Tour Eiffel, con Bon Jovi ed Elton John.

In tv, è il momento dei canal all news, svincolati dai palinsesti rispetto alle tv generaliste, che cercano in qualche modo di differenziarsi tra loro. Euronews, la tv multilingue europea - ha la Rai come socio ma non si vede sulla tv terrestre - ha trasmesso le immagini di quella notte senza commento, intervallate a quelle di altre stragi ed attentati, sempre con il "no comment" come sottotitolo. Come dire: il resto è silenzio.