

Chapter Title: Disuguaglianza

Book Title: Come il mondo ha cambiato i social media

Book Subtitle: An Italian Translation of How the World Changed Social Media

Book Author(s): Daniel Miller, Elisabetta Costa, Nell Haynes, Tom McDonald, Razvan Nicolescu, Jolynna Sinanan, Juliano Spyer, Shrimam Venkatraman and Xinyuan Wang

Book Editor(s): Gabriella D'Agostino, Vincenzo Matera

Published by: UCL Press. (2016)

Stable URL: <https://www.jstor.org/stable/j.ctv6q52zr.13>

JSTOR is a not-for-profit service that helps scholars, researchers, and students discover, use, and build upon a wide range of content in a trusted digital archive. We use information technology and tools to increase productivity and facilitate new forms of scholarship. For more information about JSTOR, please contact support@jstor.org.

Your use of the JSTOR archive indicates your acceptance of the Terms & Conditions of Use, available at <https://about.jstor.org/terms>



This book is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License (CC BY-NC-ND 4.0). To view a copy of this license, visit <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>. Funding is provided by European Research Council.



UCL Press is collaborating with JSTOR to digitize, preserve and extend access to Come il mondo ha cambiato i social media

Capitolo 9 Disuguaglianza

Come ci si potrebbe attendere, c'è un notevole interesse per la capacità di internet e dei social media di produrre cambiamenti sociali di grande scala. Eppure persiste il dubbio se l'accesso a internet e ai social media abbia migliorato la situazione critica delle popolazioni più svantaggiate del mondo o abbia invece esacerbato le disuguaglianze e si è lontani da una risoluzione. Come indicato nei precedenti capitoli, i social media hanno avuto un importante impatto sull'istruzione, sul lavoro e sulle relazioni di genere, tutte componenti preminenti di tale questione più ampia. Diversi dei nostri campi di ricerca rappresentano popolazioni a basso reddito e svantaggiate. Qui esaminiamo i modi in cui i social media possono avere un impatto sulle persone che non hanno facile accesso alle risorse digitali, e il modo in cui il loro uso potrebbe essere un modo per cambiare o, al contrario, per confermare la loro attuale posizione sociale.

Il numero di persone che usano la comunicazione digitale è aumentato sensibilmente dal lancio dell'accesso commerciale a internet alla metà degli anni Novanta del Novecento. E non si tratta solo dei ricchi, cosmopoliti e istruiti; la combinazione attuale di tecnologia mobile e social media ha creato un forte interesse fra varie popolazioni socialmente deprivate, inclusi popolazioni analfabete o semi-analfabete, lavoratori manuali migranti sottopagati e migranti, in posti come la Cina, l'India e il Brasile¹.

Come negli altri capitoli di questo libro, qui saranno presentate le risultanze del nostro impegno etnografico di lunga durata presso nove differenti popolazioni. Vedremo che in ogni posto esiste disuguaglianza e si esprime in modi diversi, a seconda dei processi storici, delle politiche attuali e delle strutture sociali. Trarre comparazioni, per questo, non sempre è lineare. In ogni sito le disparità di guadagno e ricchezza, così come di status sociale, sono associate con altre forme di differenza sociale del tipo genere, età, istruzione, religione e disuguaglianza razziale. I gruppi in ogni campo di ricerca hanno una percezione della propria posizione sociale che è largamente relativa agli altri della stessa società, piuttosto che essere messa a fuoco sullo sfondo di una qualche scala astratta.

Che cos'è la disuguaglianza?

Se asseriamo che la disuguaglianza esiste in varie forme, che cosa esattamente intendiamo quando ci chiediamo se i social media influenzino la disuguaglianza? Di certo una forma di disuguaglianza riguarda la distribuzione della ricchezza e la povertà. Spesso pensiamo alle persone più svantaggiate come a quelle che vivono negli slums, senza possibilità di lavoro e senza speranza in un futuro migliore. Eppure le disuguaglianze economiche sono spesso il risultato concomitante di più fenomeni, come il razzismo, l'assenza di rappresentanza politica e lo scarso accesso sia alle risorse materiali, come acqua potabile o elettricità, sia a quelle più astratte come l'istruzione. In alcuni dei nostri siti le persone non sono necessariamente ridotte in povertà, ma prive di potere politico. In altri, una frettolosa analisi dei loro beni, di cui potrebbero far parte televisori a schermo piatto e telefoni cellulari Samsung di ultima generazione², nasconde il fatto che a volte essi non possono pagare l'elettricità. In altri casi, disuguaglianza significa semplicemente che certe parti della popolazione sono discriminate in termini di accesso alle risorse, sulla base di tratti come la razza o la religione³.

Bourdieu ha indicato tre diversi tipi di disuguaglianza corrispondenti a diversi tipi di "capitale". Il capitale economico, in genere relativo all'accesso al denaro. Il capitale sociale, che descrive le relazioni sociali e le reti istituzionalizzate di cui un individuo è parte. Il capitale culturale, che include conoscenze o capacità ottenute mediante l'istruzione, beni culturali, qualifiche. Ciascuno di questi tipi di capitale è influenzato dagli altri, e la attenzione primaria di Bourdieu riguarda il modo in cui sono utilizzati dai gruppi elitari per riprodurre i loro privilegi.

Connesso alla disuguaglianza è il concetto di mobilità sociale, che si riferisce alla capacità di un individuo o gruppo di migliorare la propria posizione sociale. Di nuovo, ciò può assumere molte forme, dal posto di lavoro migliore alle risorse formative così che i figli avranno prospettive future migliori. La mobilità sociale non significa solo avere più soldi, ma mostrarlo nel modo giusto; in sostanza mettersi in scena come parte di una particolare classe sociale. Ciò può significare acquistare i marchi "giusti", possedere i "giusti" apparecchi; mandare i figli alle scuole "giuste" o anche vestire in un modo che è conforme alle norme di quella classe sociale. Ciò che è "giusto" è sancito dai discorsi sul gusto e sulla "distinzione"⁴, che sono spesso dotati di un valore morale⁵. Ciò spesso richiede volgere il capitale economico in capitale sociale e culturale o anche trovare i modi per acquisirlo in mancanza di

capitale economico. La tecnologia mediatica è diventata uno dei principali modi in cui certe persone meno privilegiate possono farsi capaci di accedere a risorse, quali l'informazione, prima disponibili solo ai più privilegiati. Non sorprende dunque che internet possa essere situato fra gli strumenti di mobilità sociale.

Ne consegue che facilitare l'accesso ai new media si ritiene sia diventato basilare per lo sviluppo moderno e per aiutare le persone a trovare una "voce"⁶. Persone che non hanno accesso a internet sono prive di possibili risorse cui potrebbero accedere online. Senza internet sperimentano nuove e ulteriori barriere al miglioramento del loro accesso ai capitali economico, sociale e culturale, mentre il resto della società è in grado di ottenere risorse maggiori grazie all'accesso alle nuove tecnologie. Questa mancanza di accesso perciò emerge come una forza capace di esacerbare e ampliare precedenti forme di disuguaglianza. L'accesso a internet però non si traduce automaticamente in maggiore accesso alle informazioni e alle risorse⁷. I nostri campi di ricerca hanno infatti mostrato che i discorsi precedenti sulle differenze e sulle distinzioni continuano a influenzare, in grande misura, i modi particolari in cui le persone usano internet e i social media, spesso riflesso della classe sociale. Per di più, è del tutto possibile che la diffusione straordinaria di smartphone e social media rappresenti in sé e per sé una forma di maggiore uguaglianza, ma senza che ciò abbia necessariamente una qualsiasi ricaduta sulla disuguaglianza offline.

Approcci a social media e disuguaglianza: il positivo, il negativo, il "grounded"⁸

La letteratura rilevante può essere grosso modo divisa in due campi quasi del tutto opposti. Il primo sostiene che i social media sono destinati a introdurre maggiori disuguaglianze nella società perché concentrano le risorse educative e relazionali fra coloro che sono già privilegiati. In alternativa, l'approccio "tecono-utopico" vede i social come una panacea per i problemi della disuguaglianza, poiché offrono alle persone svantaggiate accesso a risorse più grandi mediante internet.

La letteratura appartenente alla categoria del "digital divide" spesso sostiene che le nuove ICT aumentano preesistenti disuguaglianze nelle società: gli individui più poveri sono esclusi, mentre i più ricchi usufruiscono di accessi

migliori. I primi studi, focalizzati sull'accesso a internet e non tanto ai social media, furono realizzati in gran parte all'interno di paesi sviluppati e posero l'enfasi sul fatto che, benché la grande maggioranza della popolazione avesse accesso a internet, una minoranza rilevante o non ne aveva affatto o aveva connessioni sotto la media. Spesso i vincoli che impedivano alle persone di beneficiare della comunicazione online erano imposti da fattori come l'età, il reddito familiare, il livello d'istruzione, il livello di conoscenza dell'inglese, la disabilità, la residenza rurale o urbana⁹.

Via via che l'accesso a internet è migliorato e i social media e altre risorse online sono divenuti sempre più disponibili, gli studiosi hanno indicato l'emergere di altri tipi di "spartiacque". Molto dipende dalle differenti forme di accesso, dalle specificità del contesto locale, che esercitano un'influenza su come le persone usano queste tecnologie¹⁰. È stato proposto che il "network divide" ha un impatto più forte del "digital divide", e che la distinzione chiave oggi riguarda la capacità delle persone di acquisire le competenze necessarie per coltivare con successo i loro social network online¹¹. Questa trasformazione è stata influenzata da un accento sempre crescente sulle "alfabetizzazioni digitali" da parte di alcuni studiosi, che enfatizzano che padroneggiare l'uso di questi network è divenuto tanto importante quanto l'essere semplicemente capaci di accedervi (come discusso nel Capitolo 5)¹². Infine, ci sono approcci che guardano di più alle disuguaglianze sistemiche globali. Anche se gli individui hanno sia accesso sia capacità, restano enormi squilibri fra la quantità di contenuto disponibile in lingue diverse o prodotto in aree del mondo come America Latina, Africa e India¹³.

Nonostante queste questioni sulla disuguaglianza d'accesso sopra menzionata, i discorsi "tecno-utopici" affermano che internet rappresenti egualitarismo, libertà di parola e democrazia¹⁴. Questi lavori descrivono i social come uno strumento che può essere usato per consolidare il potere collettivo contro istituzioni potenti, spesso rappresentate attraverso la polarità dell'"individuo contro il governo" o del "consumatore contro le corporazioni aziendali". Questi discorsi suggeriscono, pertanto, che il networking sociale agisca come una forma di empowerment, promuovendo l'attivismo civile che sfida i sistemi che producono disuguaglianza¹⁵.

Come dimostrato nel capitolo precedente sul genere, i primi osservatori di internet si domandavano se le comunità virtuali online che erano emerse durante gli anni Novanta avrebbero favorito l'uguaglianza lasciando le persone libere di creare identità immaginarie online indipendenti dai loro

corpi. Questo tipo di concetto ha implicazioni anche per le disuguaglianze basate su altri aspetti dell'identità, per esempio l'età, la razza, la ricchezza o la classe¹⁶. Una questione complementare è se, dato il potenziale dell'anonimato online, le relazioni sociali potessero esistere a prescindere dalle differenze incorporate o da altre circostanze "offline" e se, invece, si potesse apprezzare il dominio online come un nuovo spazio indipendente in cui la mente potesse godere della libertà da vincoli precedenti¹⁷. Tale questione è una componente chiave del capitolo precedente sul genere.

Meno evidente in entrambe queste categorie della letteratura, e di più grande rilevanza per il nostro progetto, è stato il modo in cui la disuguaglianza in se stessa può significare cose diverse per persone diverse. Un numero crescente di studiosi ha preso le distanze da lavori che presumono che i social media debbano avere un effetto positivo o negativo sulla disuguaglianza, invitando invece ad approcci che considerano il complesso, sfumato e spesso contraddittorio spettro di effetti che i social media hanno sulla "realtà caotica" delle esistenze delle persone¹⁸. Approcci etnografici più fondati riguardanti l'uso di internet da parte dei teenager negli USA suggeriscono che molti dei problemi che i giovani affrontano online restano radicati in disuguaglianze sociali e razziali di lunga data¹⁹. Per esempio, uno studio che traccia il passaggio di teenager americani istruiti, bianchi, di classe media da MySpace a Facebook metteva in relazione la percezione che Facebook fosse in grado di dare maggiore sicurezza rispetto a MySpace con il "White flight" (un fenomeno per cui bianchi ricchi si spostano in periferia, lontano dalla popolazione non bianca residente nei centri urbani)²⁰. Un altro studio condotto negli USA guarda a come l'uso dei social media possa accentuare le differenze di classe, dal momento che genitori svantaggiati esercitano un maggior controllo sull'uso dei social media da parte dei loro figli per equilibrare i rischi che queste persone giovani corrono vivendo in quartieri meno abbienti²¹. Il nostro progetto ha preso altre vie²² per estendere lo scopo di queste inchieste e in particolare per comparare la disuguaglianza trovata *all'interno* di ciascuno dei nostri siti con quella trovata *tra* i diversi siti tra loro.

La diversità delle differenze

Nei nostri campi di ricerca in Brasile e nella Cina rurale molti individui hanno elevate aspirazioni di mobilità sociale collegata all'istruzione. In par-

tiolare, nella Cina rurale l'istruzione è vista come la chiave per la futura mobilità sociale. Eppure il nostro lavoro ci porta a essere anche cauti nel generalizzare questa osservazione comune sull'istruzione in Cina, poiché dal nostro sito di ricerca nella Cina industriale risulta evidente che la migrazione degli stessi lavoratori rurali nelle fabbriche ha creato una classe di centinaia di milioni di individui che probabilmente ora vedono l'istruzione come una cosa di poco valore, riconoscendo che sono destinati a entrare in fabbrica come forza lavoro sin da giovani. I social media sono tuttavia usati per condividere suggerimenti di auto-aiuto su QQ, in particolare consigli legati al successo finanziario, molto di frequente condivisi. In generale, i social media erano visti come un posto per rafforzare la cooperazione, per condividere informazioni su opportunità di lavoro o di formazione non tradizionale.

In Brasile i lavoratori manuali sottopagati aspirano all'istruzione come fondamento della mobilità sociale, ma l'effettiva qualità dell'istruzione locale disponibile in città era generalmente molto scarsa. Queste popolazioni di giovani a basso reddito usano i social media come una valida risorsa educativa alternativa. I video d'istruzione su YouTube che insegnavano capacità lavorative, come Microsoft Word, erano popolari e spesso molto efficaci come risorsa per i giovani che speravano di trovare un impiego che avrebbe consentito loro di ottenere l'agognata mobilità sociale. Anche se non è il principale oggetto della nostra inchiesta, per molti dei nostri siti sarebbe stato difficile esagerare l'importanza crescente di YouTube, in particolare, come una modalità di istruzione informale.

In Brasile e in entrambi i nostri siti cinesi la capacità di accedere a queste risorse dava anche alle persone un senso di auto-stima, come se questa tecnologia evocasse la sensazione di muoversi da uno stile di vita "arretrato" verso la "modernità". In tutti e tre i siti gli informatori vedevano il campo del digitale come in grado di offrire una certa emancipazione, non tanto perché potevano avere lo stesso smartphone delle persone delle classi più ricche, ma per il fatto di avere un certo controllo sulla loro auto-presentazione. Tale controllo permetteva loro di costruirsi un'apparenza che si avvicinava di più al modo in cui ora sentivano di essere.

Le opportunità di autopresentazione però non sempre sono considerate vantaggiose. Nel sito italiano, dove la disoccupazione in tutti i gruppi è elevata, abbiamo visto (nel Capitolo 6) come i giovani laureati in prestigiose università usano i social media per dimostrare capacità professionali che possono agevolarli a ottenere un lavoro. Per i giovani di provenienza meno

abbiente, tuttavia, i social media possono spesso presentare pressioni non gradite a costruirsi una immagine pubblica di se stessi. Questi giovani spesso frequentano scuole incentrate su capacità professionali quali, per esempio, quelle richieste per il mestiere di idraulico, di meccanico o di segretaria, e sono spinti a iniziare a lavorare prima possibile per contribuire al reddito familiare. Per loro, stare sui social media può essere avvertito come un peso legato a un obbligo sociale – per esempio come quando si va a un matrimonio chic e ci si deve vestire in modo appropriato – rendendoli così più consapevoli della loro bassa posizione sociale. Qui sono i genitori a spingere i figli a creare un account su Facebook, perché si preoccupano che l'assenza possa rendere esplicita la loro posizione di disuguaglianza.

Per questi italiani svantaggiati, dunque, stare sui social media spesso è un obbligo che preferirebbero non avere. Già ora, quindi, possiamo scorgere delle differenze molto nette nella relazione basilare tra social media e ambizione alla mobilità sociale.

Rendere visibile la mobilità sociale

Il controllo sulla presentazione, importante per gli operai brasiliani e cinesi, riflette la percezione che, nella vita moderna, chi si può essere dipende sempre di più da chi *si appare* essere. Per questo occorre una buona conoscenza degli atteggiamenti prevalenti riguardo al buon gusto, il che ci riporta alle precedenti considerazioni su come le persone cercano di convertire il capitale economico in capitale sociale e culturale. In Brasile, ottenere visibilità sociale grazie a una ricchezza materiale recentemente accresciuta e ad altri segni di realizzazione permetteva a persone di gruppi svantaggiati di rivendicare l'ingresso in nuove comunità. Ciò implica che i social media hanno spostato lo status sociale ancora di più in direzione della visibilità; oggi semplicemente è più facile e effettivamente più comune vedere persone, almeno online.

Il matrimonio di Sandra è un esempio di questo processo. Sandra, una brasiliana afro-discendente, venne data dai suoi genitori a lavorare come domestica quando aveva cinque anni. Questa pratica di “*dar os filhos*”²³ (“dare i propri figli”) era comune fra le famiglie povere della regione, specie quelle di discendenza africana²⁴. Così facendo i genitori si assicuravano che i figli avrebbero avuto cibo, vestiti e a volte sarebbero anche stati mandati

a scuola mentre imparavano un mestiere, le ragazze quello di domestiche. Sfortunatamente, come era del resto comune in tali circostanze, Sandra e le sue sorelle furono esposte ad abusi fisici, emotivi e sessuali²⁵. Sandra tuttavia considera positivamente un aspetto di quell'esperienza: l'essere entrata nella Cristianità evangelica.

La Cristianità le offrì un incentivo per imparare a leggere, per poter capire la Bibbia. In seguito, tramite le relazioni della chiesa trovò un lavoro come commessa part-time nella locale libreria cristiana del paesino. Questo lavoro informale paga la metà del salario minimo e non include benefit, ma Sandra può usare il computer del negozio durante le ore di riposo per giocare online e guardare film cristiani su YouTube. Lo scopo principale di Sandra a questo punto, considerando che ritiene di aver fatto la sua parte di lavoro duro nella vita, non è aumentare il suo capitale economico; desidera invece una forma di capitale culturale che abbia valore all'interno della sua specifica comunità di chiesa.

Quando Sandra sta progettando il suo matrimonio, lo vede come un modo importante per ottenere la piena appartenenza alla comunità evangelica. I Cristiani evangelici nel nostro sito in Brasile spesso appartengono alle famiglie locali più prospere. Grazie all'aiuto finanziario di amici e familiari, la sua cerimonia avrà decorazioni uguali a quelle viste nei programmi sui matrimoni in televisione: fiori, frutta, abito colorato e illuminazione di lusso, un vero e proprio abito nuziale e una festa per più di 300 invitati. Grazie a questa pompa, lei rappresentava se stessa come una persona che aveva pienamente compiuto un processo di mobilità sociale e come parte della comunità evangelica.

La sua famiglia, inoltre, affermò la propria forma di mobilità sociale scegliendo molte foto ufficiali delle nozze per mostrarle sull'account Facebook della sorella. Questo per una settimana diede l'opportunità a tutti gli invitati di trovarsi nelle immagini e di dire chiaramente quanto l'evento fosse stato meraviglioso. In sostanza, sia Sandra sia i suoi invitati poterono accedere a una forma di capitale culturale attraverso l'organizzazione, la partecipazione e infine il ricordo e la rappresentazione dell'evento tramite le fotografie sui social media. Proprio come i giovani nel sito brasiliano preferirebbero scattare un selfie in palestra o in piscina piuttosto che contro un semplice muro di mattoni, Sandra e i suoi ospiti sapevano che ritrarre se stessi come socialmente mobili era importante proprio come essere realmente in grado di organizzare raffinate decorazioni di nozze o essere socio in una palestra.

Ciò per via del modo in cui diverse forme di capitale, come le risorse economiche, il gusto e i legami sociali, si coniugano, conferendo un'apparenza naturale al fatto che alcune persone hanno più privilegi di altre.

Dall'esempio di Sandra si può ricavare una lezione chiave, ossia che non possiamo dare per scontato che l'enfasi sulla visibilità sia da interpretare come una nuova forma di superficialità che arriva con i social media e il loro focus sull'apparenza. In questo caso la forza trainante è il principio fondamentale dei Cristiani Protestanti, che secoli prima dei social media sostenevano che solo attraverso l'apparenza un individuo poteva stabilire se stava fra i "salvati", aspirazione primaria per questo ramo della Cristianità²⁶. Analoghi principi stavano anche dietro la spinta verso l'ascesa sociale attraverso il duro lavoro e la ricchezza. Zuckerberg può aver fornito i mezzi, ma Calvino concepì la causa.

I limiti all'impatto dei social media sulla mobilità

Sebbene in Brasile la rappresentazione visiva della mobilità in ascesa sia importante, la mera evidenza fotografica di beni considerati di buon gusto non garantisce l'accesso alle classi elitarie in tutti i contesti. Gli antropologi si imbattono in molte strategie per la mobilità sociale che falliscono, mentre le differenze di classe sono riprodotte mediante le azioni quotidiane, spesso inconsapevolmente²⁷. Questi stessi discorsi quotidiani sul gusto sono usati per mantenere la disuguaglianza fra gruppi con livelli di ricchezza simili: certi gusti sono denigrati in quanto volgari, kitsch o poco sofisticati²⁸ nelle critiche spesso associate alla razza, alla religione, alla regione, alla opposizione urbano / rurale e anche al senso di "vecchio" *vs* "nuovo" rispetto alle identità di classe (per esempio, la nuova classe media *vs* la vecchia classe media). Così come, a Trinidad, le persone si servono maggiormente della visibilità su Facebook per affermare la ricchezza, altri trovano modi creativi e umoristici per ridicolizzare i loro tentativi in quanto semplicemente volgari e sempliciotti. Denigrare il gusto scorrendo gli account Facebook degli altri è parte sostanziale dell'intrattenimento dei trinidadiani oggi.

Possiamo vedere questi limiti tornando al caso di Sandra. La sua capacità di usare i social media per creare una nuova identità visiva che mostrasse chiaramente quanto fosse riuscita ad ottenere, funzionava in relazione alla gran parte di questo sito, composto da popolazione a basso reddito.

Tuttavia, esiste una parte di villaggio nuova, gentrificata, un'area con un resort turistico di fronte all'oceano, distante solo un kilometro circa dal centro del villaggio dove vivono i lavoratori manuali sotto pagati come Sandra. Nonostante questa vicinanza, il contatto quotidiano fra questi due mondi capita quasi esclusivamente in conseguenza di relazioni di lavoro: un gruppo lavora per l'altro. I datori di lavoro più ricchi, sia online sia offline tendono a stare in contatto solo con coloro che condividono la stessa appartenenza di classe e perciò lo stesso gusto. Vedono i loro valori in contrasto con quelli degli impiegati paesani, che descrivono come grossolani, ignoranti e persino eccessivamente fissati con il sesso e eccessivamente religiosi.

Queste distanze sociali, che nella regione derivano da secoli di lavoro basato sulla schiavitù, restano come naturalizzate e quindi indiscusse. Solo di recente questi abitanti più ricchi hanno anche riconosciuto che nella regione i social media sono ugualmente popolari fra le famiglie sottopagate, e tuttavia non hanno alcuna voglia di fare amicizia con i domestici che lavorano per loro. Online questi locali abbienti possono anche condividere fra loro visioni sociali e politiche progressiste, ma questo raramente risulta nel trascendimento dei confini sociali fra loro e i loro vicini meno benestanti. Danno invece voce a temi ecologici, spesso lamentando che la problematica degli accordi salariali al ribasso influenza negativamente l'ambiente o richiede accresciute misure di polizia per prevenire il crimine. I social media, quindi, possono pure aver cambiato la posizione di Sandra in relazione ai suoi pari, ma non avranno alcun impatto su questo più ampio chiasmo sociale fra la sua parte di villaggio e quella dove risiedono i datori di lavoro.

Analogamente, in Italia molti utenti dei social media appartenenti alle élite sono impegnati attivamente in politiche progressiste attraverso Twitter o Facebook, dimostrando la loro simpatia per posizioni di sinistra. Come in Brasile, tuttavia, questo raramente si connette a una qualsiasi azione pratica che potrebbe ridurre la disuguaglianza nel posto in cui vivono. In Italia "curarsi dei poveri" è una cultura in sé e per sé che è facile esprimere sui social media, ma che può avere molto poco a che fare con le reali persone povere della regione.

Nello stesso modo in cui "curarsi dei poveri" segnala una certa posizione di classe in Italia e in Brasile, rappresentarsi come cosmopolita o internazionale raggiunge un obiettivo simile in altri siti. In India del sud le divisioni sociali tradizionali sono rigidamente conservate e controllate online, in particolare mediante il contenuto che le persone condividono. Su Facebook

gli individui più ricchi condividono articoli, spesso in inglese, e prodotti da media internazionali come *The Guardian* o *The New York Times*. Sia i dirigenti IT usciti dal college sia i tradizionali abitanti del villaggio hanno un forte interesse nel cinema, nella politica e nel cricket locali. È probabile tuttavia trovare equamente distribuito nelle timeline dei più ricchi e dei più poveri solo il contenuto relativo al cricket. Le news di cinema e di politica sono differenziate a seconda della casta e della classe, così che gli abbienti postano di arte e cinema internazionale e di Hollywood mentre le persone a basso reddito postano clip di film tamil. Il principale impatto dei social media sta nell'ampio uso di rivendicazioni di cosmopolitismo che enfatizzano le differenze sociali precedenti.

Nel sito di Trinidad anche le giovani donne professioniste all'inizio dei loro 20 anni, con diploma universitario, condividono immagini sui social media che mostrano influenze globali. Queste immagini riguardano elaborate pietanze servite in ristoranti di alta classe e fotografie di vacanze internazionali²⁹. Altri riferimenti riguardano il contenuto di fashion blogger e "vloggers" di YouTube³⁰ con base negli USA, in Gran Bretagna, a Singapore. Queste risorse online le aiutano a modellare un senso di cosmopolitismo basato sullo scambio di riferimenti alle tendenze globali in fatto di bellezza, consumi e stile di vita. I post sui social media rendono ancora più visibile l'accesso differenziale a tali esperienze internazionali che questi individui hanno. Questa stessa classe più alta cerca di evitare forum online che discutono di relazioni sessuali e romantiche, un interesse e una pratica centrali per gli abitanti di Trinidad di basso reddito. Postano, invece, materiali sull'essere vicini alla propria famiglia, a sostegno di un matrimonio di lunga durata e del supporto che si può ottenere da un partner. I confini sociali sono anche resi espliciti dall'uso online di espressioni dispregiative: per esempio "ghetto" si riferisce a persone che mostrano attributi come volgarità, mancanza di gusto e scarsa educazione formale, tutti associati agli afro-trinidadiani di basso reddito. Nel caso di Trinidad, tuttavia, troviamo notevole evidenza del modo in cui i gruppi a basso reddito contestano questi tentativi di mantenere la separazione mediante la manipolazione del gusto. Molte frasi e gesti umoristici e ironici sui social media sono esplicitamente finalizzati a punzecchiare le pretese e le affermazioni fatte da coloro che pensano di essere più sofisticati.

Trinidad ha sempre avuto una potente pressione sottotraccia di egualitarismo, che ha le sue specifiche armi in questa lotta. Se i social media fa-

voriscono una visibilità che consente ai più ricchi di rappresentare la loro ricercatezza, sono anche diventati un sito chiave per l'umorismo, i memi e l'intrattenimento. Una delle versioni più comuni di questo è un'ampia gamma di materiale divertente finalizzato a screditare le pretese di questi cosiddetti cosmopoliti e a canzonare l'"arroganza" di coloro che sembrano "pensare di essere migliori di chiunque altro". Questo è quanto tocca alle élite per il fatto di canzonare la volgarità dei loro inferiori sociali, l'altra faccia dell'intrattenimento prima menzionato.

Il sito cileno, situato nel nord del paese, è caratterizzato da un certo genere di disuguaglianza. La regione è molto ricca di risorse minerali, che si traducono in una grande quantità di ricchezza per le classi elitarie del paese nel suo complesso. Tuttavia, nella specifica città del campo di ricerca la maggior parte è composta da lavoratori manuali sottopagati, che non ricevono granché di benefici finanziari dalle miniere da cui estraggono i minerali. Benché il lavoro regolare nelle miniere sia facilmente disponibile, e sia pagato più di altri lavori, la popolazione locale continua a considerarsi come marginalizzata e sfruttata dalle compagnie internazionali e dal governo nazionale che ne traggono la gran parte dei benefici.

Questo era un altro sito in cui alcuni avrebbero mostrato sui social media foto di beni di lusso, vestiti di marca o vacanze al fine di rendere visibile la loro nuova ricchezza. Questo però distrugge la più larga solidarietà della regione locale³¹ che si definisce in relazione alla nazione nel suo insieme. Ne risulta che alcune persone erano rappresentate come egoiste, per il fatto di non condividere la loro ricchezza, e sciocche, per il fatto di spendere il loro denaro insensatamente, ed erano persino fatte oggetto di dicerie su loro possibili coinvolgimenti nel mercato della droga. Si riteneva che le persone troppo rapide nel mostrare ricchezza sarebbero veramente state meglio in una città più grande, dove quelli attorno a loro valutavano i beni materiali al di sopra della mentalità comunitaria. Esse sarebbero dunque state escluse rispetto ai confini sociali costruiti attorno a un'ideologia di reciproca solidarietà e aiuto.

Usare i social media come un metodo per legarsi agli altri tramite l'umorismo è più popolare che l'ostentazione della ricchezza individuale. Dalla perdita dei diritti civili in politica fino alle frustrazioni per non essere in grado di pagare la bolletta del telefono o di comprare un pasto particolare come sushi, in forma di memi, fotografie e testi finiscono su Facebook rubricati come "fa ridere quanto sono povero". Anche gli abitanti relativamente be-

nestanti di Alto Hospicio postano questo genere di memi e testi comici su quanto è divertente essere poveri, riconoscendo questa solidarietà più estesa basata sull'idea che, nel grande schema delle cose, nessuno è privilegiato. Questo a sua volta significa alimentare un certo tipo di orgoglio per la propria marginalità collettiva.

Benché queste lamentele siano di solito finalizzate semplicemente a far ridere il pubblico locale, nell'aprile del 2014 un terremoto di magnitudine 8.2 in scala Richter colpì la regione e il pubblico cui rivolgersi cambiò. Nelle settimane e anche nei mesi che seguirono al terremoto, i social media – in primis Facebook e Instagram – divennero spazi dove concentrare l'attenzione sulla difficile situazione delle vittime e per evidenziare l'assenza di aiuto da parte del governo nazionale. In particolare, più di 4000 famiglie furono lasciate senza casa e vissero nelle tende per quasi due mesi prima che l'agenzia governativa preposta provvedesse a fornire loro case provvisorie. Durante questo tempo, i post sui social si trasformarono rispetto alla consueta forma di socialità interna alla comunità al fine di attirare l'attenzione sull'emergenza delle vittime, e così fare pressione sul governo nazionale per ricevere risorse.

Conclusione

Come mostrato nella nostra rassegna della letteratura, è necessario fare attenzione a ciò che si intende per disuguaglianza e a come si generalizza al riguardo. È necessario anche differenziare due potenziali conseguenze dell'accesso ai social media: l'uguaglianza che questo rappresenta in sé e il conseguente potenziale impatto su più ampie forme di disuguaglianza. In un certo senso abbiamo prova del fatto che i social media hanno creato una forma di uguaglianza. Il possesso di uno smartphone e l'accesso ai social media da parte di una vasta popolazione di persone a basso reddito in posti come il Brasile, la Cina e l'India rappresenta un profondo cambiamento nelle loro vite. Ora possiedono dispositivi estremamente sofisticati, spesso identici a quelli usati dai ricchi. Ci sono molti esempi descritti in questo libro che dimostrano come, per questo, essi sono in grado di fare molte cose che prima non erano possibili. Sarebbe dunque del tutto sbagliato negare o ignorare questa forma di uguaglianza. Eppure la principale preoccupazione di questo capitolo ha riguardato una questione più complessa: qual

è la conseguenza di questa eguaglianza online rispetto alla disuguaglianza offline? Come la maggior parte degli esempi ha mostrato, il possesso di uno smartphone e l'accesso o anche la capacità d'uso dei social media non sono assolutamente garanzia di un qualsiasi cambiamento nella disuguaglianza offline; potrebbe diminuire, ma allo stesso modo potrebbe aumentare.

Questo è uno dei capitoli che più chiaramente giustifica la nostra scelta del titolo per il volume. Invece di considerare semplicemente il modo in cui i social media cambiano il mondo, abbiamo posto l'accento sul modo in cui il mondo ha diversificato i social media. Via via che diventano sempre di più parte integrante delle nostre vite, essi finiscono con il riflettere la diversità culturale del nostro mondo. Più in particolare, la relazione fra social media e mobilità sociale è estremamente diversa quando vista lungo tutti e nove i siti.

Questo riflette più a pieno la precedente letteratura su questo argomento, caratterizzata inoltre da un'enorme varietà di posizioni dalle più ottimistiche alle più pessimistiche. Così, in qualche modo, la nostra conclusione è a supporto di questo ampio spettro contemplato in letteratura, ma per suggerire infine che piuttosto che andarle incontro come una lotta fra generalizzazioni globali riguardo a un presunto impatto generale, sarebbe meglio riconoscere che gran parte di queste istanze sull'impatto dei social media sull'uguaglianza sono probabilmente appropriate, anche se in riferimento a differenti regioni e popolazioni.

Uno degli esempi più semplici di come il mondo ha cambiato i social media si verifica nel caso dell'India del sud. Qui strutture sociali altamente rigide e gerarchiche sviluppatesi nel corso di molti secoli, a loro volta hanno colonizzato questi nuovi media facendo sì che essi riflettono queste distinzioni. I social media hanno un impatto soprattutto nella più grande enfasi su rivendicazioni differenziali di cosmopolitismo, che possono essere sostenute da azioni di condivisione di materiale internazionale trovato online. Abbiamo trovato questa enfasi crescente sul cosmopolitismo in gran parte dei nostri siti, dove essa in genere esaspera disuguaglianze preesistenti. Un problema simile si presenta nel nostro sito in Italia. Qui i social media sono percepiti come l'obbligo oppressivo a prendere parte a qualcosa che ti costringe a essere ancora più consapevole della bassa posizione sociale. In tutti questi casi i social media rendono la disuguaglianza più visibile e radicata.

Quando ci siamo dedicati alla relazione fra social media, istruzione e mobilità sociale abbiamo trovato però alcuni casi estremamente diversi. Come

indicato nel Capitolo 5, l'attenzione al ruolo dei social media in relazione a un elevato impegno verso l'istruzione formale nella Cina rurale è molto diversa dall'uso dei social media nell'apprendimento informale. Questo forse perché le persone non si preoccupano tanto dell'istruzione formale, come nel caso della Cina industriale, o perché non possono avere accesso a una istruzione formale di qualità decente, come nel sito brasiliano. L'uso dei social media come una risorsa per l'istruzione informale è probabilmente la componente aggiuntiva più importante sottolineata in questa prima sezione, che aiuta le persone a lottare contro la disuguaglianza.

Per gran parte del capitolo abbiamo visto una tensione fra due proprietà dei social media tra quelle più comunemente osservate. La prima riguarda l'aumento della visibilità che essi consentono, ma la seconda, decisamente importante quanto la prima, è l'uso dei social media come luogo di umorismo e di ironico diletto. Nel caso di Sandra e in quello del Brasile abbiamo visto che la visibilità può cambiare la propria posizione sociale dimostrando la propria rispettabilità, e perciò può essere uno strumento di mobilità sociale. Eppure, per converso, abbiamo scoperto i limiti di questo processo, dato che nessuno di questi obiettivi è raggiunto in relazione a una più estesa distinzione sociale che includa datori di lavoro e impiegati. L'uso dei social media per esprimere attenzione verso i poveri, di fatto, è emerso come uno dei fattori chiave di separazione della ricchezza dai poveri.

A Trinidad come in Cile abbiamo visto il modo in cui le persone usano la visibilità per cercare e rappresentare cosmopolitismo e ricchezza, contrastato dall'uso dell'umorismo per bucare queste bolle di pretenziosità e spingere per un'agenda più egualitaria. Nel caso finale del Cile, tuttavia, abbiamo visto anche che, come in precedenza nel caso brasiliano, molto dipende da come si mette a fuoco o si assume una prospettiva grandangolare rispetto al panorama più ampio. Quando le persone di questo luogo considerano se stesse in relazione alla nazione più grande, come sono state costrette a fare per il terremoto, le divisioni interne diventano meno importanti rispetto alla più grande relazione con la nazione o con i contesti internazionali in cui tutti loro vivono.

Per concludere, questo capitolo ha mostrato la difficoltà di fare affermazioni rispetto all'impatto dei social media sulla disuguaglianza. Chiaramente non vogliamo contribuire alla disuguaglianza venendo meno al rispetto dei diversi modi in cui le persone, in ogni sito, concepiscono le differenze sociali e ne fanno esperienza. Nello stesso tempo, c'è un'altra questione delicata,

ugualmente importante, che consiste nel non mettere insieme la parità di accesso con qualsiasi presunta conseguenza, dato che una delle nostre osservazioni più generali riguarda il fatto che il grande incremento nell'accesso ai social media non è di per sé garanzia di cambiamento in altre forme di disuguaglianza sociale.