

## **TEMPO ORIZZONTALE E TEMPO VERTICALE NEI SOCIAL NETWORK**

di

*Ester Macrì*

Come già esposto nel primo contributo “*Social NetWorld: viaggio nei luoghi digitali*”, pubblicato in questa rubrica (Macrì, 2020), ogni piattaforma virtuale non è altro che un luogo digitale e, come ogni luogo fisico, ha le sue regole, che gli utenti conoscono più o meno consapevolmente e osservano più o meno rigorosamente.

Non si tratta solo del regolamento “ufficiale” e scritto, quello cioè che ciascuno di noi è chiamato a sottoscrivere al momento dell’iscrizione ad un social, ma di un insieme di norme e abitudini “non scritte” all’interno delle quali gli utenti si muovono in maniera conscia e inconscia.

I social network possono essere visti, in un certo senso, come delle piccole realtà parallele dominate da norme ben precise ma anche da dimensioni proprie, che acquistano significato proprio all’interno della piattaforma. Gli utenti navigano all’interno di queste dimensioni ed imparano ad abitarle, senza esserne sempre pienamente consapevoli.

In particolare, una dimensione molto interessante è proprio quella del tempo.

Il tempo assume, infatti, forme e significati molto diversi all’interno di piattaforme differenti. In una certa misura, il tempo dei social network riprende il tempo della vita reale, ma in maniera modificata, anche a seconda del tipo di piattaforma su cui si svolge l’azione.

Vedremo quindi in questo contributo i diversi usi del tempo sui tre diversi social network che intendiamo esplorare e approfondire in questa rubrica: Facebook, Instagram e TikTok.

Scopriremo quindi i diversi tempi delle tre piattaforme, per capire meglio questi mondi digitali in cui spesso ci immergiamo senza riflettere.

## **Facebook: il tempo verticale**

Tra le tre piattaforme prese in esame, Facebook è la più “antica” sia dal punto di vista della sua esistenza sia come impostazione. Si tratta sicuramente di una piattaforma poco dinamica, la più statica tra quelle che prendiamo in considerazione. Facebook propone, essenzialmente, ai suoi utenti l’esperienza di un solo tempo, quello che possiamo chiamare “verticale”, dal movimento che il dito effettua sullo schermo del telefonino per scorrere gli aggiornamenti. Su Facebook quindi possiamo trovare i post dei nostri amici, presentati in ordine non cronologico ma regolato da un algoritmo, e li possiamo scorrere verticalmente.

Se esploriamo la pagina del profilo di un nostro amico in particolare, o il nostro stesso profilo, troviamo tutti i post dal più al meno recente. I post pubblicati restano tutti sulla pagina, come in una sorta di “diario” che possiamo andare a rileggere scorrendo, appunto, verticalmente. Gli avvenimenti che abbiamo ritenuto opportuno condividere con gli altri utenti restano lì, nel nostro diario, e possiamo ritrovarli, riguardarli: le nostre foto, le notizie che abbiamo condiviso, aggiornamenti su eventi importanti (Gheno & Mastroianni, 2018).

Ci sono apposite funzioni di Facebook che permettono, infatti, di segnalare sul proprio diario un “evento importante”: matrimonio, nascita di un figlio, laurea, inizio di un nuovo lavoro e così via. Il tempo verticale è quindi quello che dal presente si muove verso il passato, il tempo che rimane, il tempo che ci permette di fare memoria, ed è questo il tempo tipico di Facebook, dove gli utenti condividono ciò che appare rilevante e ciò che vogliono rimanga visibile anche a posteriori.

## **Instagram: tempo verticale e tempo orizzontale**

Diversamente da Facebook, Instagram si muove su due tempi differenti che, in qualche modo, rispecchiano il modo in cui scorre il tempo della nostra vita.

Instagram, infatti, permette di condividere due diversi tipi di contenuto:

- i post: foto e video accompagnati da una breve didascalia e hashtag che restano nella bacheca dell'utente. Gli altri utenti possono interagire pubblicamente con i post, mettendo “like” (il cui simbolo su Instagram è un cuore) o commentando. Il formato dei post è quadrato.
- le storie: sono foto e brevi video che dopo 24 ore dalla pubblicazione vengono cancellate automaticamente. Sulle storie è possibile applicare adesivi e gif animate e, da poco, inserire una canzone di sottofondo.

L'interazione nelle storie è solo privata, chi vuole rispondere a una storia lo può fare solo tramite un messaggio privato oppure ricondividendola tra le proprie storie. Attraverso le storie è possibile anche effettuare piccoli sondaggi o chiedere agli altri utenti di porre una domanda a cui rispondere. Il formato delle storie ricalca esattamente la schermata dello smartphone.

Alcune storie possono essere “bloccate” nei “contenuti in evidenza”, anche raggruppandole per tema. In questo modo, nel profilo dell'utente, possiamo vedere le storie che ha deciso di salvare e rendere visibili sempre. In genere questa opzione viene utilizzata per raggruppare insieme tutte le storie relative ad un evento importante come la gita scolastica o una festa, oppure per creare una sorta di album tematico, ad esempio tante storie che parlano di sport o di musica.

Il **tempo verticale** è quindi quello dei post, che si scorrono attraverso un movimento verticale sul touch screen dei nostri telefonini. I post rimangono nel profilo Instagram e possiamo vederli anche a distanza di tempo. Come in Facebook, il tempo verticale è quello per ciò che resta, il tempo del presente che si fa memoria.

Il **tempo orizzontale** è invece quello delle storie, che visualizziamo scorrendo orizzontalmente e che si cancellano automaticamente ogni 24 ore. È il tempo effimero nel senso etimologico del termine, dal greco ἐφήμερος, composto da ἐπί, cioè “sopra” e ἡμέρα, cioè “giorno”. Quindi effimero è proprio ciò che “dura un solo giorno”.

I post fissano quello che resta, le storie condividono in maniera rapida quello che poi è destinato a scorrere e ad essere dimenticato.

Per precisione, dobbiamo aggiungere che anche Facebook ha introdotto, per i suoi iscritti, la possibilità di pubblicare delle storie. Tuttavia questa opzione non è utilizzata dagli utenti più giovani e gli utenti più adulti non colgono bene la sfumatura tra i due tempi che mostreremo più avanti secondo quanto emerso dai nostri laboratori nelle scuole. La capacità di muoversi nel tempo verticale e nel tempo orizzontale è caratteristica di Instagram e dei suoi utenti, specialmente gli adolescenti (Yau & Reich, 2019).

### **TikTok: l'eterno presente**

La più giovane tra le tre piattaforme prese in esame, TikTok, presenta caratteristiche ancora diverse rispetto a Facebook e Instagram (che, ricordiamo, afferiscono alla stessa proprietà, quella dello statunitense Mark Zuckerberg, mentre TikTok appartiene alla società cinese ByteDance).

TikTok, amato dai giovanissimi e con un successo in costante crescita, si basa sulla possibilità di condividere video di 15 o 30 secondi (recentemente portati anche a 60 secondi) con musica ed effetti speciali. I video non vengono cancellati dopo 24 ore come accade per le storie di Instagram ma restano visibili nella pagina dell'autore. Tuttavia la parte più interessante è la sezione chiamata "per te" dove è possibile vedere, uno dietro l'altro, i video di utenti di tutto il mondo, selezionati da un algoritmo. L'impressione che può avere il visitatore al primo impatto con questa sezione è quella di stordimento, in una sorta di bombardamento di video brevissimi e fundamentalmente tutti uguali, in base al trend del momento.

Un "trend" è infatti un video che gli utenti si divertono a ri-eseguire, o il più fedelmente possibile all'originale o in maniera rivisitata per renderlo ancora più comico o divertente. I trend, però, invecchiano velocemente, e dopo qualche giorno spariscono, non vengono più replicati dagli utenti, diventano noiosi e fuori moda, non sono più divertenti e lasciano spazio quindi a nuovi trend. Per scorrere tra un video e l'altro l'utente di TikTok deve muovere il dito sullo schermo del telefonino in senso verticale, con una particolarità: se non si scorre rimane sempre il video che si sta visualizzando in loop all'infinito. Su Instagram ciò non accade: le storie scorrono in automatico orizzontalmente senza che l'utente debba toccare lo schermo del telefono. Il tempo di TikTok sembra quindi un tempo anomalo: verticale ma velocissimo.

È il tempo cristallizzato dell'eterno presente, in cui tutto si consuma velocemente (Ammaniti, 2018), ancora più velocemente che nell'effimero delle storie Instagram. Questo uso del tempo è sicuramente un aspetto che merita di essere approfondito ulteriormente, vista anche la rapida diffusione di TikTok tra i giovanissimi italiani (già a partire dagli ultimi anni della scuola primaria).

In questo contributo ci soffermeremo però più su Instagram, alla luce di alcuni interventi sul campo che abbiamo portato avanti negli ultimi anni nelle scuole della Toscana e che hanno coinvolto soprattutto adolescenti in età 15-19 anni, svolti all'interno di progetti come il Forum della Sostenibilità della Regione Toscana, il progetto AppToYoung della Fondazione Fratini Onlus e Comune di Firenze, il progetto Switch-on del Comune di Firenze, le azioni di educazione alla salute in occasione della Giornata Mondiale della lotta all'AIDS promosse dalla USL Toscana Centro, l'Internet Festival Edizione 2019 di Pisa.

### **Tempo verticale e tempo orizzontale dentro Instagram: una ricerca sul campo**

Cogliere la sfumatura tra un contenuto che merita un post e un contenuto adatto ad una storia, tra uso di quello che abbiamo chiamato tempo verticale e il tempo orizzontale delle storie Instagram, non è affatto semplice, soprattutto per un adulto.

Per approfondire questo tema e capire meglio questo luogo digitale tanto amato dagli adolescenti italiani, con la cooperativa ReteSviluppo abbiamo innanzitutto effettuato tre focus group esplorativi. In questi focus group sull'uso di Instagram che abbiamo condotto con la partecipazione di alcuni studenti delle scuole superiori della provincia di Firenze, i ragazzi hanno dimostrato di conoscere bene la distinzione tra tempo verticale e tempo orizzontale, anche se hanno saputo spiegare a voce quando scelgono di fare una storia e quando un post solo in parte. Ecco un esempio di cosa hanno raccontato, nella trascrizione dei focus group:

*Intervistatore:* “Come faccio a capire se una cosa è adatta da essere messa in un post o in una storia?”

*Ragazzo1:* “Tutto quello che ti succede è una storia”

*Ragazza1:* “Una bella foto è un post”

*Ragazzo2:* “No, secondo me no, direi quasi inspiegabile, nel senso che noi tutti lo sappiamo ma altre persone come te, grandi (riferito all’intervistatore n.d.r), non ce la farete mai a saperlo. Magari anche fai una cosa ma è un post”

*Ragazzo1:* “Le storie sono le cose più istantanee, che rimangono un giorno e poi ciao”

*Ragazzo3:* “Se è uno sketch fai una storia”

*Ragazzo2:* “Tipo quando ha nevicato tre quarti delle persone sulle storie hanno messo il video che nevicava”

*Ragazzo3:* “Il post è quando ti svegli, vedi che sei molto bello e ti fai una foto”

*Ragazza2:* “Il post sono le foto belle con le mie amiche”

*Ragazzo2:* “In gita delle 800 foto che hai fatto ne metti una come post, la più bella”

A parte la convinzione, da parte dei ragazzi, che Instagram sia un mondo le cui regole sono per lo più sconosciute ai “grandi”, dai focus group condotti sembra emergere che il confine tra storia e post è sia sottile e discrezionale, anche se una cosa è certa: quello che si merita di rimanere in un post è solo la parte più “bella”, mentre si possono pubblicare infinite storie, anche su aspetti marginali e passeggeri, “effimeri”, appunto.

Per approfondire questo tema, che riteniamo molto interessante e poco studiato, abbiamo quindi svolto un’ulteriore ricerca sul campo si è scelto di utilizzare il metodo di ricerca-azione Social Challenge, metodo ideato dalla stessa ReteSviluppo all’interno del laboratorio DataLifeLab dell’Università di Firenze. Durante un incontro che si è tenuto nel novembre 2019, in occasione dell’annuale “Forum degli Studenti” organizzato dalla Consulta Provinciale degli studenti di Firenze presso il Liceo Classico Galileo Galilei di Firenze, è stata organizzata una Social Challenge che ha coinvolto circa 100 studenti di diverse scuole fiorentine.

La cooperativa ReteSviluppo, attraverso facilitatori esperti, ha proposto ai ragazzi quattro sfide da portare avanti attraverso il profilo Instagram, creato dai ragazzi stessi, di un personaggio studiato a scuola. Gli studenti sono quindi stati suddivisi in squadre da 4 o 5 componenti ciascuna e ogni squadra doveva immaginare il profilo Instagram di un personaggio studiato a scuola.

In tutto sono stati creati 14 profili Instagram di personaggi scelti dai ragazzi tra quelli che in questi anni hanno incontrato tra i libri di scuola.

Proprio per cogliere le sfumature nell'uso di tempo verticale e tempo orizzontale, si è deciso di chiedere ai ragazzi di rispondere agli stimoli proposti scegliendo loro stessi, di volta in volta, se fare un post o se fare una storia. In questo modo si è lasciata piena libertà di espressione ai ragazzi, che hanno potuto connotare i loro personaggi sia dal punto di vista del registro utilizzato sia nella capacità di muoversi con dimestichezza nel tempo verticale e orizzontale di Instagram.

Le quattro sfide proposte riguardavano situazioni della vita quotidiana in cui i personaggi "famosi", animati dai ragazzi, dovevano produrre un post o una storia: la mattina al risveglio, l'innamoramento, l'interazione con un altro personaggio della sfida e il momento del pasto. Gli studenti dovevano quindi decidere, in maniera del tutto autonoma, se l'argomento proposto era più adatto ad essere trattato attraverso un post (tempo verticale) o una storia (tempo orizzontale).

I risultati dell'analisi dei contenuti prodotti dai ragazzi durante la Social Challenge rivelano come le storie siano lo strumento preferito per la gestione dell'interazione con altri utenti. Nella prova in cui il personaggio doveva interagire con un altro profilo, 11 squadre su 14 hanno scelto di utilizzare una storia. Il tempo orizzontale sembra essere quindi quello dello scambio di battute, della condivisione di momenti passati insieme, del lancio di provocazioni.

La sfida in cui, invece, i ragazzi hanno scelto di utilizzare prevalentemente i post è stata quella relativa all'amore (10 squadre su 14). Il tempo verticale, quello che resta, è quindi quello delle relazioni amorose e dell'amore in generale.

La tabella seguente riassume in maniera sintetica le scelte dei ragazzi in base agli argomenti delle sfide proposte dai facilitatori:

Squadra	Mattina	Amore	Interazione	Pasto
squadra 1	post	post + storia	storia	post
squadra 2	post + storia	post	post	post+storia
squadra 3	post + storia	post	post	post
squadra 4	post	post	storia	post
squadra 5	post	storia	storia	storia
squadra 6	storia	post	storia	post
squadra 7	post	post	storia	storia
squadra 8	storia	storia	storia	post
squadra 9	storia	storia	storia	post
squadra 10	post	post	post	post
squadra 11	post	post	storia	storia
squadra 12	post	post	storia	storia
squadra 13	storia	post	storia	post + storia
squadra 14	post	storia	storia	storia

### Interazioni liquide, amore solido

Al termine della Social Challenge è stata effettuata una breve discussione con i ragazzi che hanno partecipato ed è stato chiesto loro dai facilitatori di provare a spiegare quali criteri avessero utilizzato per scegliere se creare un post o una storia.

*“L’amore è qualcosa che rimane”*, hanno detto gli studenti senza esitazione.



Se le interazioni, scherzose o serie, con gli amici, il risveglio, i pasti, le cose del quotidiano, fanno parte di quel tempo orizzontale effimero, che ogni 24 ore si cancella e riparte, l'amore è qualcosa che merita un posto nel tempo verticale della nostra esistenza.

Il tempo verticale, quello che dal presente si snoda e diventa memoria, è quello che i ragazzi vogliono quindi riservare alle cose migliori, alle cose più belle e più importanti della vita.

Chissà cosa penserebbe Zygmunt Bauman e come concilierebbe con il suo "amore liquido" (Bauman, 2009) questa scelta dei ragazzi di immortalare l'amore come qualcosa che resta impresso, probabilmente non solo in una bacheca di Instagram, ma nella vita stessa.

## **Bibliografia**

Ammaniti, M. (2018). *Adolescenti senza tempo*. Raffaello Cortina Editore.

Bauman, Z. (2009). *Amore liquido*. Laterza.

Gheno, V., & Mastroianni, B. (2018). *Tienilo acceso. Posta, commenta, condividi senza spegnere il cervello*. Longanesi.

Macrì, E. (2020). Social NetWorld: viaggio nei luoghi digitali. *Profiling*, 11(2).

Yau, J. C., & Reich, S. M. (2019). "It's Just a Lot of Work": Adolescents' Self-Presentation Norms and Practices on Facebook and Instagram. *Journal of Research on Adolescence*, 29(1), 196-209.