LegalShow: due lezioni e un auspicio

Descrizione

Da quando Ã¨ deflagrato, il caso LegalShow – dc_legalshow – ha avuto se non altro un merito. Quello di sbrinare i salotti di *domini* e *dominae* torinesi, unici luoghi del globo terracqueo dove ancora lâ€™ineluttabilitÃ del cambiamento climatico sembrava sospesa.Â A ottenere questo apprezzabile effetto Ã¨ stata una manciata di video e immagini su **Instagram**, la piÃ¹ sessista e moralista piattaforma social attualmente esistente. Quella, per intenderci, che censura opere dâ€™arte con capezzoli femminili in vista. Mi pare la misura piÃ¹ eloquente del **bicchiere dâ€™acqua** dove rischia di affogare chi si ostini a prendere di punta la vicenda. La quale sarebbe giÃ ridimensionata, se gli organi di autogoverno delle professioni legali torinesi (e non solo) non avessero involontariamente finito per darle enorme visibilitÃ .Â

default watermark

Una visibilitÃ involontaria

Sotto il profilo del marketing, il caso non ha alcun interesse, nÃ© scientifico nÃ© folkloristico. La cifra estetica e la strategia adottate sono talmente note e comuni da essere entrate da tempo nel **patrimonio del senso comune** e della cultura pop. Lâ€™assenza di competenze comunicative professionali dietro al progetto, inoltre, Ã¨ cosÃ¬ smaccatamente evidente che i testi, le immagini e i video â€“ piÃ¹ che la trasposizione Instagram di ***Suits*** (la **serie Netflix** cui le avvocate vorrebbero ammiccare) â€“ finiscono per risultarne **la parodia casereccia**. Un fritto misto piemontese di pose da reality tv, ostentazione del lusso tipo ***Gomorra â€“ La serie*** ed espedienti da **casa Ferragnez**.

Se sotto il profilo della pubblicitÃ il caso Ã¨ privo di valore, lo stesso non si puÃ² dire per quella branca della **sociologia che studia la cultura, i valori e le norme**. Il Legal Show ci parla cosÃ¬ tanto di questi aspetti che, fossi nellâ€™Ordine e nelle scuole di preparazione allâ€™esame di Stato, lo userei apertamente. A che scopo?Formativo (nei confini di una riflessione pacata e avalutativa, *Ã§a va sans dire*), ricavandone almeno un paio di lezioni.

Il tempo dei moralismi Ã¨ finito da un pezzo

La prima Ã¨ che **il tempo dei moralismi Ã¨ finito da un pezzo**, checchÃ© ne pensi lâ€™aristocrazia del foro. Moralismo fa rima con paternalismo, e il paternalismo ha tre difetti imperdonabili per

lâ€™epoca in cui viviamo: Ã¨ **maschio**, Ã¨ **boomer**, **giudica**. Anche quando si ammanta di ipocrita volontÃ di offrire un bonario consiglio.

Non Ã¨ piÃ¹ il tempo della predica o della censura, soprattutto se intaccano il bisogno di autodeterminazione e riconoscimento dellâ€™eccezionalitÃ di ogni singolo *homo sapiens* del pianeta. **I Catoni ancora a piede libero sappiano che chi si ostina a provarci ne esce con le ossa rotte dalla gogna social**. E questo anche quando ha la stazza di Golia (ammesso che il gigante, nelle tenzoni online, continui a essere il vero cattivoâ€¦).

Le piattaforme social hanno rotto gli argini

Non Ã¨ concesso a nessuno, genitore, docente, partner, attore, rockstar, politico, medico, avvocato, giudice o pontefice di intaccare lâ€™intreccio inestricabile di bisogni identitari di tipo estetico. Ma anche simbolico e ideologico, che la popolarizzazione dei social media consente a chiunque di reclamare.

Le piattaforme social hanno ormai rotto gli argini che il mondo di prima, quello degli ordini, delle istituzioni e dei media tradizionali, avevano aristocraticamente eretto a tutela della propria auto-legittimazione. La **liberalizzazione del flusso della comunicazione mediata** Ã¨ parte centrale del modello di business di **Zuckerberg**, **Bezos & co**., dunque necessaria per definizione.

default watermark

Da spettatore a emittente

Nel frattempo, alcuni miliardi di individui sono stati educati allâ€™uso intensivo di piattaforme proprietarie per produrre e condividere contenuti un tempo ritenuti privati. Convinti che tale esibizione di sÃ© sia estremamente profittevole, non tanto sotto il profilo economico, quanto relazionale e reputazionale. Basta un account su uno di questi servizi online per smettere i panni di spettatori passivi e indossare quelli di emittenti, propagatori di trilioni di messaggi autoprodotti o, come si usa dire oggi, *influencers*.

La seconda lezione riguarda il tema della **reputazione dellâ€™esperto/a** e del (dis)credito che il comportamento di un singolo puÃ² gettare sul gruppo sociale dâ€™appartenenza. Mi riferisco a ciÃ² che ha spinto lâ€™Ordine degli Avvocati di Torino a convocare le avvocate, non appena il loro profilo Instagram ha cominciato a fare il giro dalle chat di colleghi e giornalisti.

Alla fine un inevitabile nulla di fatto

Unâ€™udienza che non poteva che concludersi con un nulla di fatto. Per la gioia di molti e la stizza di altrettanti (i social, ormai, rendono qualsiasi argomento un derby, si chiama **effetto di polarizzazione delle *echo chambers***). PerchÃ© il mondo Ã¨ cambiato e molto di ciÃ² che era si Ã¨ perduto. A cominciare dal fatto che non piÃ¹ dal decoro nÃ© dal timore reverenziale lâ€™utente social trae incentivi per valutare la qualitÃ di un professionista online.

Lâ€™iniziativa **Demichelis-Cau** trasferisce **la popolarizzazione della conoscenza esperta** avviata dal modello dellâ€™**avvocato-discount alla Saul Goodman** nella cosmologia di Instagram e dei suoi filtri. QuassÃ¹, le rigide definizioni di decoro, senso del pudore e rettitudine si infrangono come alcune delle leggi della meccanica newtoniana al cospetto della relativitÃ einsteiniana.

Ma quindi come si deve misurare la reputazione?

Fuor di metafora, rotti i vincoli un tempo imposti dai processi di selezione delle Ã©lite tipici del sistema mediatico tradizionale, nel nuovo contesto interattivo in cui siamo immersi si sono rapidamente formati eserciti di **opinion leaders del selfie**. La cui reputazione non si misura dal lignaggio dâ€™appartenenza, nÃ© dal nome roboante dello studio con cui collaborano ma con indicatori quantitativi di gradimento (visualizzazioni, like, condivisioni, commenti, sentiment ecc.).

La sociologia non esprime giudizi, cerca di dare un senso ai fatti sociali, allâ€™interno di una cornice epistemologica rispettosa del dato empirico. Ma altrettanto aperta allâ€™idea che **non esiste un solo modo di intendere ciÃ² che Ã¨ (o appare) condivisibile, logico, razionale**. Non sarÃ² io, pertanto, a dire se la fine dei moralismi sia un bene o un male o una sfumatura lÃ in mezzo.

Dâ€™altro canto, comunque la pensiate, non occorre lo sguardo di un sociologo per riconoscere nel dc_legalshow solo il primo sintomo di un fenomeno piÃ¹ profondo. Peraltro da tempo palese in altri contesti lavorativi. Affrontarlo proattivamente, con approccio multidisciplinare e scevro di pregiudizi, dovrebbe essere una delle prioritÃ di chi ha la responsabilitÃ del governo delle professioni legali.

default watermark

Giuseppe Tipaldo

CATEGORY

1. AttualitÃ

POST TAG

1. avvocati
2. Cau
3. dc_legalshow
4. Demichelis
5. Giuseppe TIpaldo
6. Instagram
7. Legal Show
8. torino

Categoria

1. AttualitÃ

Tag

1. avvocati
2. Cau

3. dc_legalshow
4. Demichelis
5. Giuseppe TIpaldo
6. Instagram
7. Legal Show
8. torino

Data di creazione
18/03/2022
Autore
tipaldo

default watermark