
Clubhouse: potere alla parola

Autore: Andrea Galluzzi

Fonte: Città Nuova

La novità di un social che, invece delle immagini, sfrutta la parola. Una forma di comunicazione basata su ascolto e dialogo, che forse ci dice qualcosa sulla natura umana

In controtendenza rispetto agli altri *social network*, basati fondamentalmente sulla condivisione di testo, immagini o video, **Clubhouse punta tutto sulla parola**: ogni interazione avviene solo attraverso audio vocali. Nessun commento o messaggio scritto, nulla viene registrato. Questo nuovo "social", lanciato nel 2020 e in rapida crescita, è venuto alla ribalta nelle ultime settimane dopo che **Elon Musk** ha dato appuntamento ai suoi numerosi followers per parlare dei suoi temi (dall'esplorazione spaziale ai chip neurali) facendo il pieno di ascolti e catalizzando l'attenzione dei media. Sebbene Clubhouse non sia ancora molto diffuso (gli ultimi dati parlano di otto milioni di iscritti), stupisce la sua **rapidità di crescita** e il sempre maggiore *appeal* mediatico. I suoi fondatori hanno sicuramente saputo cogliere i segni del mercato attuale (e la diffusa sensazione di *overdose* di immagini a favore di una **ritrovata voglia di ascoltare**) e capitalizzare sapientemente il potenziale di questo strumento, iniettando nei nuovi iscritti quel sentimento di **affiliazione ed esclusività** tipico delle applicazioni che cercano di affermarsi solidamente sul mercato (seguendo il modello di Apple). A parte le strategie di marketing, stupisce il fatto che in un mondo *social* fatto di immagini e di contenuti "mordi e fuggi" stia prendendo piede **una forma di comunicazione basata sull'ascolto vero e sul dialogo**. Un simile fenomeno (che penso possa essere ben studiato da sociologi ed esperti di comunicazione) vuol dire fondamentalmente una cosa: **siamo fatti non solo per vedere e comunicare in modo unidirezionale, ma per ascoltare e dialogare**. Il ciclo di vita di un *social network* o il suo futuro grado di successo non sono cose facilmente stimabili; il tempo dirà se Clubhouse avrà la durata di una **meteora** o si affermerà come il leader assoluto delle conversazioni audio. Chi può dirlo? Forse il miglioramento della situazione pandemica e il ritorno alla socializzazione in presenza giocheranno a suo sfavore, ma anche se così fosse, il "fenomeno" Clubhouse rimarrà come prova del fatto che la nostra umanità non può non esprimersi nella parola, nella conversazione, nel dialogo. Questo, con buona pace della velocità a cui ci ha spinto la digitalizzazione, richiede **tempo, attenzione, ci spinge a riflettere e ci fa sanamente rallentare**, riportando ad un più giusto equilibrio il nostro modo di intendere la persona e la società.