

L'illusione della popolarità sui social media

Maria Cattini | 24/04/2025 | Modus vivendi

Popolarità sui social media. Quando l'engagement non riflette la realtà. L'inganno degli algoritmi e l'emotività amplificata.

Nell'era dei [social media](#), il dibattito pubblico è stato profondamente influenzato da un'interazione che spesso risulta essere più apparente che autentica. Le piattaforme social, progettate per massimizzare l'engagement, amplificano le emozioni più forti — paura, rabbia e gioia — trasformandole nel carburante di una macchina che non mira a riflettere l'opinione pubblica, ma a mantenerci incollati agli schermi.

Gli algoritmi che regolano queste piattaforme si basano su logiche di amplificazione, premiando contenuti capaci di innescare reazioni emotive. Così, le organizzazioni mediatiche, alla ricerca di visibilità, tendono a modellare la loro copertura per aderire a queste dinamiche, dando priorità a storie sensazionalistiche e polarizzanti. Un processo che, seppur efficace per generare interazioni, rischia di distorcere la percezione di ciò che è davvero rilevante per la collettività.

L'effetto eco: una maggioranza silenziosa e invisibile

Un dato spesso trascurato è che la maggior parte degli utenti sui social non partecipa attivamente alla conversazione. Ad esempio, su X (ex Twitter), solo il 20% degli utenti genera la totalità dei contenuti. Il restante 80% si limita a osservare, senza mai postare, commentare o mettere "mi piace". Questo squilibrio crea una sorta di effetto eco, dove le opinioni di una minoranza rumorosa vengono amplificate, dando l'illusione di rappresentare il pensiero comune.

Anche su piattaforme come [Instagram](#), i comportamenti si sono evoluti: sempre più utenti preferiscono condividere privatamente tramite messaggi diretti piuttosto che pubblicamente. Questo spostamento verso una comunicazione più intima accentua ulteriormente il divario tra ciò che è visibile e ciò che è realmente sentito.

Il risultato? Le tendenze che emergono sui social riflettono una visione parziale e frammentata della

realtà, modellata dalle interazioni di una minoranza attiva e filtrata dai meccanismi degli algoritmi.

Le conseguenze per la società e la politica

Questa distorsione ha implicazioni profonde. Se i media tradizionali si allineano sempre più ai trend dei social per mantenere rilevanza, finiscono per amplificare ulteriormente temi marginali, trascurando questioni di maggiore importanza per la maggioranza silenziosa. Questo processo non solo altera le priorità dell'agenda mediatica, ma influenza anche la percezione collettiva, facendo sembrare che argomenti discussi da pochi siano centrali per tutti.

Anche la politica non è immune a questa dinamica. I leader e i partiti, spinti dalla necessità di essere visibili e "virali", adottano sempre più spesso strategie comunicative che rispecchiano le logiche dei social. Questo può portare all'adozione di politiche superficiali, orientate più a suscitare clamore che a risolvere problemi reali. In un mondo dove l'apparenza conta più della sostanza, la capacità di stimolare engagement diventa un criterio decisivo per il successo politico.

Riconoscere l'inganno per recuperare la realtà

La soluzione a questo problema non è semplice. Da un lato, richiede una maggiore consapevolezza da parte degli utenti, che devono imparare a decodificare ciò che vedono sui social, distinguendo tra ciò che è realmente importante e ciò che è semplicemente amplificato. Dall'altro, implica una responsabilità crescente per le piattaforme e i media, chiamati a bilanciare il desiderio di visibilità con l'etica dell'informazione.

Tuttavia, il cambiamento più significativo deve avvenire nella nostra percezione. Riconoscere che i social media non sono uno specchio fedele della società, ma piuttosto una lente deformante, è il primo passo per ridimensionare il loro impatto. Solo così possiamo restituire valore alle voci meno rumorose, ma non per questo meno significative.