



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PADOVA

Dipartimento di Filosofia, Sociologia, Pedagogia e Psicologia Applicata

Corso di laurea magistrale in

PEDAGOGIA

Tesi di laurea magistrale

Consapevolmente online: lo *sharenting* tra responsabilità genitoriali e costruzione di buone pratiche

Relatore

Prof. Dario Lucchesi

Laureanda

Marta Ravazzolo

Matricola: 2058091

Anno Accademico 2022-2023

INDICE

ABSTRACT.....	1
INTRODUZIONE	3
CAPITOLO I: DALL'ALBUM DI FAMIGLIA AI SOCIAL NETWORK	7
1. <i>Social media e la rivoluzione della comunicazione.....</i>	7
1.1 Le caratteristiche delle piattaforme social	11
1.2 Condividere: le motivazioni alla base dello sharing	15
2. <i>Infanzia, famiglia e media: una relazione che cambia</i>	16
2.1 Genitori e l'esperienza del parenting nell'era dei social	19
2.2 Per una definizione di sharenting	22
3. <i>Genitorialità digitale e media panic</i>	22
CAPITOLO II: E I BAMBINI? I RISCHI LEGATI ALLA "SPETTACOLARIZZAZIONE" DELL'INFANZIA....	29
1. <i>Pedopornografia, child-grooming e digital kidnapping.....</i>	29
2. <i>Genitore o bambino: quali diritti?.....</i>	31
2.1 Il diritto all'oblio nelle piattaforme del "niente è perduto per sempre".....	34
2.2 Diritti che si sovrappongono: quali riflessioni?	36
3. <i>Guardando al futuro: vulnerabilità e ripercussioni psicologiche.....</i>	37
4. <i>Ci siamo persi l'infanzia: i bambini adultizzati</i>	39
4.1 Il ruolo dello sharenting nella spettacolarizzazione dei bambini	41
5. <i>Oltre i rischi: una rilettura del pericolo</i>	43
CAPITOLO III: IL FENOMENO DELLO SHARENTING	45
1. <i>Le radici evolutive del fenomeno: dati, primi studi e successivi sviluppi</i>	45
1.1 La dimensione sociale dello sharenting	49
1.2 I "perchè" dello sharenting.....	52
1.3 Le considerazioni dei ricercatori sulla duplice natura dello sharenting	56
1.4 Cosa ne pensano bambini e ragazzi?	58
2. <i>Genitori demonizzati: il linguaggio dei media.....</i>	60
2.1 "If you didn't sharent, did you even parent?": è davvero così?.....	64
3. <i>Per uno sguardo "integrato" sullo sharenting</i>	66
3.1 Supporto genitoriale e social media.....	67
3.2 Lo sharenting tra culture partecipative e dilemmi digitali	72
3.3 La Social Network Society come luogo narrativo e formativo per genitori.....	74
CAPITOLO IV: LE VOCI DEI GENITORI SULLO SHARENTING: UN'INDAGINE ESPLORATIVA.....	77
1. <i>Il disegno della ricerca: premesse e obiettivi</i>	77
2. <i>Metodologia della ricerca.....</i>	78

3. <i>Contesto e protagonisti della ricerca</i>	81
4. <i>Definizione delle procedure di analisi</i>	82
CAPITOLO V: ANALISI E DISCUSSIONE DEI DATI	85
1. <i>Interviste: vissuti e storie di genitorialità digitale</i>	85
1.1 I significati della condivisione: racconto di sé o narcisismo?	87
1.2 Tra rischi e possibilità: dilemmi e strategie	91
1.3 Modelli genitoriali e di infanzia e supporto alla genitorialità.....	97
2. <i>Focus group: la co-costruzione di significati sullo sharenting</i>	103
2.1 Polarizzazione delle opinioni sullo sharenting.....	103
2.2 Limiti alla condivisione e complessità dello sharenting	108
2.3 Sharents come rappresentanti dell'infanzia e della genitorialità online	112
CONCLUSIONI	117
BIBLIOGRAFIA	123
SITOGRAFIA	133
APPENDICE	137

ABSTRACT

Lo *sharenting* è un fenomeno ampiamente diffuso e praticato dalle famiglie nell'era digitale. La narrativa mediatica sulla "nuova" abitudine genitoriale etichetta aprioristicamente i genitori come inconsapevoli e colpevoli di mettere a rischio il figlio, la cui impronta digitale viene creata talvolta ancor prima che nasca e possa esprimere il proprio consenso. Il presente elaborato mira a scardinare questo linguaggio accusatorio, a cogliere l'esperienza dello *sharenting* assumendo lo sguardo delle figure genitoriali, e a indagare il valore socio-pedagogico di questa pratica quotidiana di condivisione online. Al centro del presente studio vi è una ricerca qualitativa che consiste in un focus group con 11 partecipanti e 25 interviste semi-strutturate, entrambi con un campione di genitori di bambini con meno di 10 anni di età. L'analisi dei significati emersi dalle interviste e attribuiti allo *sharenting* dalle figure genitoriali nelle loro personali scelte di condivisione o di non condivisione sulle piattaforme *social*, e la costruzione di un'interpretazione condivisa sulla pratica da parte del gruppo di genitori coinvolti nel focus group, hanno permesso di riconoscere la complessità del fenomeno oggetto di studio, il quale da un lato presuppone dei rischi e delle nuove responsabilità genitoriali, e dall'altro permette la costruzione di buone pratiche e di narrazioni alternative della genitorialità.

INTRODUZIONE

All'interno dei mutamenti che hanno investito la società d'oggi, «la realtà dei blog, dei social network, della produzione cooperativa stile wiki e dei mondi online ci mostra un ambiente della cultura mediatizzata in cui la narrazione (individuale e collettiva) si fa pratica di massa» (Boccia Artieri, 2012, p. 13). In questo panorama anche il contesto domestico è stato investito dalle nuove forme di digitalizzazione della vita quotidiana, rendendo i media digitali degli ambienti che permettono ai genitori di «esercitare e performare la genitorialità» (Demozzi et al., 2019a; 2019b).

Infatti, da quando le nuove tecnologie si sono diffuse, sono cambiate anche le pratiche genitoriali, con le quali ci si riferisce al modo in cui la madre o il padre integra i nuovi strumenti nel suo modo di essere genitore, nella sua quotidianità e nelle *parenting practices*, ovvero i compiti genitoriali. È bene ricordare infatti che i social media «ridefiniscono la qualità, oltre che la forma, dei nostri spazi fisici, e dunque del nostro modo di conoscere e metterci in relazione» (Scabini & Rossi, 2013).

Tra le molteplici pratiche genitoriali digitali (Mascheroni et al., 2018), vi è quella dello *sharenting*, di sempre più ampia portata e al centro di un acceso dibattito. Il neologismo costituisce un «termine ombrello di una pratica mediale (ovvero, un'attività svolta con e attraverso i media, Couldry 2012)» (Cino 2022c), che identifica il comportamento, potenzialmente rischioso, di «condivisione di informazioni identificative o sensibili di minori da parte di genitori o altri adulti appartenenti alla cerchia sociale del minore» (Lavorigna & Tartari, 2023, p. 9). Questa prassi, ormai comune tra i genitori, ha attirato su di sé sempre più l'interesse degli studiosi e dei media, soprattutto perché crea identità digitali compromettendo la privacy e il diritto all'oblio dei bambini.

Tuttavia, mentre la scarsa ma crescente letteratura ha analizzato il fenomeno da molteplici punti di vista e coinvolgendo ricercatori ed esperti provenienti da vari ambiti, il dibattito pubblico ha costruito una narrazione offensiva attorno ai genitori che pubblicano questi contenuti, tralasciando alcuni aspetti di fondamentale importanza per la piena comprensione della “nuova” tendenza genitoriale. Il presente lavoro nasce con l'obiettivo di scandagliare questo fenomeno e scoprire i significati che si celano dietro a tale pratica. In particolare, la ricerca mira a cogliere il valore socio-pedagogico che si può assegnare allo *sharenting*, che si configura in termini di rischio e di possibilità. La domesticazione dei media in famiglia e la massiccia diffusione dei social network, anche da parte delle figure genitoriali, «testimoniano di un profondo bisogno di relazione più che di esibizione narcisistica, di un “essere-con” più che di un “esserci”» (Scabini & Rossi, 2013). Si è cercato dunque di studiare lo *sharenting* interrogandosi su un più ampio spettro di motivazioni e declinazioni, destabilizzando quella descrizione “narcisistica” proposta dai media che risulta fuorviante.

Il desiderio di delineare orizzonti di senso alternativi su questa pratica è testimoniato dalle domande di ricerca che hanno guidato lo studio del fenomeno: quali sono i significati che i genitori attribuiscono alla pratica dello *sharenting*? Quali rappresentazioni di infanzia e genitorialità vengono esplicitate tramite la pubblicazione online da parte dei genitori di contenuti riguardanti i figli? Quale valore pedagogico viene assegnato al fenomeno oggetto d'esame? In che modo i professionisti dell'educazione possono contribuire alla creazione di cornici interpretative che ridefiniscano lo *sharenting*, e supportare l'azione genitoriale di condivisione?

Dietro a questo studio si nasconde il desiderio di fornire delle lenti che consentano l'osservazione del fenomeno da diversi punti di vista (quello degli studiosi che lo hanno esplorato, quello dei genitori che vivono e praticano lo *sharenting* o lo osservano, e quello dei media che ne propongono un'idea spesso ingannevole), e riflettere sulla sua complessità e ambiguità che rendono poco scientifici quei linguaggi diffamatori che lo etichettano come "problema" da sradicare perché dannoso e pericoloso. Screditare questa pratica sembra essere una "soluzione" facile, perché così facendo non si deve riconoscere l'esistenza di un contesto che promuove lo *sharenting* (che non riguarda, dunque, esclusivamente i genitori), ma inopportuna perché non tiene in considerazione le molteplici sfaccettature del fenomeno.

Per andare oltre il "dato per scontato" del senso comune sulla moderna pratica di condivisione genitoriale, è stata condotta una ricerca che, attraverso interviste episodiche e focus group, ha raccolto le esperienze, i vissuti e i significati che i genitori attribuiscono alle proprie e altrui abitudini di postare contenuti sui figli. Il presente studio è articolato in cinque capitoli: nei primi tre vengono affrontate questioni di natura teorica ed epistemologica che sorreggono la ricerca, mentre gli ultimi due presentano la metodologia della ricerca e la discussione dei risultati ottenuti.

Nel dettaglio, nel primo capitolo viene illustrato un quadro teorico relativo ai cambiamenti che hanno investito la società e che, attraverso i social media, hanno portato ad un nuovo modo di vivere la relazione, anche all'interno del contesto familiare. Contemporaneamente, viene ragionato anche il rapporto tra infanzia, famiglia e media che ha subito delle trasformazioni significative, le quali hanno portato a loro volta alla definizione di nuove modalità di vivere il ruolo genitoriale e di rappresentare la genitorialità e l'infanzia negli ambienti digitali. Una prima breve definizione di *sharenting*, che rientra in queste nuove pratiche, viene presentata in questo capitolo, il quale termina con una serie di considerazioni circa le idee fuorvianti e stereotipate sulla genitorialità che nel tempo si sono costruite e consolidate, e la correlazione che vi è tra *digital parenting* e *moral panic*, un concetto ampiamente studiato da Stanley Cohen, sociologo e criminologo.

Nel secondo capitolo vengono presentati i rischi legati alla spettacolarizzazione dei figli sui social media: la pedopornografia, il *digital kidnapping*, il *child-grooming*, lo scontro tra i diritti del genitore

(di espressione, ecc...) e quelli del figlio (all'immagine, all'oblio, ecc...), le vulnerabilità e le ripercussioni psicologiche che possono avere i futuri ragazzi, l'adultizzazione dei "minori" e il ruolo svolto dallo *sharenting* nel promuovere la spettacolarizzazione dei bambini. Il capitolo termina con un invito a ripensare il concetto di pericolo e ad orientare la riflessione sullo *sharenting* dirigendosi verso l'apertura di un ventaglio di opportunità, piuttosto che verso l'assunzione di un comportamento di chiusura a causa dei rischi.

Il terzo capitolo presenta una rassegna approfondita della letteratura che ha incorniciato il tema dello *sharenting* e le sue possibili declinazioni. Si procede innanzitutto con una definizione della pratica e della dimensione sociale e multi-sfaccettata di cui è imperniata, rendendo noti i dati circa la sua diffusione e sulle caratteristiche proprie di questa abitudine genitoriale digitale. Vengono poi vagliati gli studi condotti da diversi ricercatori che si sono occupati di indagare in primis i motivi più disparati che incoraggiano i genitori a pubblicare online contenuti riferiti ai figli, riconoscendo pertanto che essi non agiscono (solo) in ordine ad un bisogno di esibirsi o per una finalità narcisistica, ma anche per altri fini. Successivamente vengono presi in considerazione i pareri dei ricercatori e i risultati da loro ottenuti sulla natura duale dello *sharenting*. Nello specifico, la letteratura ha ottenuto risultati contrastanti: se da una parte la ricerca converge nel dimostrare che i genitori sono poco consapevoli del loro comportamento di condivisione e dei rischi ad esso connessi, dall'altra vi sono dati che rendono noto che essi nutrono dei dubbi rilevanti su questa pratica e che, spesso, si interrogano sulle loro scelte di *digital parenting*. Poi sono state esaminate le ricerche e gli studi che hanno coinvolto bambini e ragazzi, con l'obiettivo di cogliere le opinioni delle persone che esperiscono lo *sharenting* in prima persona, in quanto soggetti la cui identità digitale viene forgiata fin dai momenti precedenti alla loro nascita. In chiave interpretativa, vengono poi presi in esame degli articoli pubblicati da testate giornalistiche nazionali e internazionali per cogliere la costruzione discorsiva sullo *sharenting* promossa dai media: emerge un quadro negativo sul fenomeno, concentrato sui suoi rischi e incentrato sulla colpevolizzazione del genitore che condivide online. Infine, viene affrontata in maniera più minuziosa quella parte della letteratura che assegna alla moderna tendenza genitoriale un valore supportivo rivolto ai genitori, i quali possono contribuire a creare nuove e alternative narrazioni della genitorialità, dell'infanzia e della famiglia, e al tempo stesso ricevere l'aiuto necessario a sopperire, almeno parzialmente, alcune mancanze sociali. Il capitolo si chiude con alcune ricerche e studi che dimostrano come i genitori non sono inconsapevoli e irresponsabili, ma piuttosto insicuri sulla pratica che porta alla luce diversi dilemmi digitali, i quali incoraggiano i condivisori a mettere in atto delle strategie per conciliare i rischi e le possibilità che lo *sharenting* offre.

Il quarto capitolo offre una sintesi della metodologia adottata, cioè le interviste episodiche (Flick, 2009) e il focus group, descrivendo il contesto, ossia il quotidiano, e i partecipanti della ricerca, 25

genitori di bambini con meno di dieci anni di età, e le procedure di analisi e di interpretazione dei risultati. La scelta di realizzare una ricerca qualitativa ha portato all'assunzione di un approccio interpretativo-fenomenologico per il lavoro analitico. Questo permette di rintracciare le storie e le esperienze situate dello *sharenting* e i significati che vengono co-costruiti dai volti di questa pratica: i genitori.

L'ultimo capitolo riporta i risultati delle interviste e del focus group e l'interpretazione di questi alla luce del quadro teorico delineato precedentemente. In questa parte finale si discute sul valore della riflessione e sulle declinazioni della responsabilità quando si parla di *sharenting*, sui significati che acquisisce questa pratica, dal mettersi in mostra al ricordare e creare un racconto familiare, sulla complessità di un fenomeno molto più difficile da definire rispetto a quanto solitamente si possa pensare.

In sintesi, nel presente studio si intende proporre una visione e un approccio allo *sharenting* che considera le diverse letture possibili su questo fenomeno, difficile da inquadrare. Ciò che si invita a sviluppare, in definitiva, è la consapevolezza che una resistenza ad oltranza nei confronti di questo fenomeno è una "soluzione" riduzionista e limitante, e che una cieca ed esaltante normalizzazione risulta altrettanto semplicistica. In questo processo finalizzato a costruire consapevolezza, un ruolo centrale deve essere assegnato ai professionisti dell'educazione, che devono fornire ai genitori strumenti adeguati affinché essi possano fare scelte ragionate sul modo di vivere l'esperienza genitoriale digitale.

CAPITOLO I: DALL'ALBUM DI FAMIGLIA AI SOCIAL NETWORK

I processi comunicativi e le relazioni educative sono da sempre intrinsecamente legati a cambiamenti di natura culturale e sociale. I social media, che pervadono diversi ambiti della nostra società, hanno rivoluzionato l'idea di comunicazione e di interazione, anche per ciò che riguarda le dinamiche familiari. Le «famiglie connesse» (Aroldi, 2015) rientrano nelle questioni pedagogiche di grande interesse per la *Media Education*. Il modo in cui i *social* modellano e, contemporaneamente, vengono modellati dalle relazioni familiari è un punto di osservazione privilegiato per lo studio del fenomeno dello *sharenting* in una cornice multiprospettica. Sospendere i preconcetti e assumere uno sguardo polifonico è un impegno che riguarda tutti, anche le stesse piattaforme mediatiche che spesso tendono ad esprimersi sul tema con tono giudicante. I paragrafi che seguiranno trattano i principali cambiamenti che, attraverso l'ingresso dei social media nella quotidianità, hanno caratterizzato le relazioni e la comunicazione e hanno investito la famiglia di una nuova complessità. La rinnovata importanza assegnata alla condivisione e all'uso dei social network affrontata nel primo paragrafo pone le basi per analizzare le dinamiche familiari, il vissuto digitale dei genitori e la nuova pratica chiamata *sharenting*, che genera nuove narrazioni della genitorialità e dell'infanzia (par. 1.2). Dopo la definizione di questa prassi, viene argomentato il rapporto che vi è fra genitorialità e *media panic*, (par. 1.3) ponendo l'attenzione soprattutto sul modo in cui la prima viene rappresentata e come i genitori percepiscono il rischio tecnologico a partire dal senso comune diffuso attraverso i media.

1. Social media e la rivoluzione della comunicazione

L'uomo è un essere in divenire che si evolve e si definisce in relazione con gli altri, con il mondo e con sé stesso. La relazione è intimamente legata alla capacità dell'essere umano di comunicare, una necessità umana irriducibile. Come afferma il primo dei cinque assiomi definiti da Paul Watzlawick e dagli altri studiosi della scuola di Palo Alto (California)¹, «non si può non comunicare» perché, scegliendo di rimanere in silenzio o di parlare, stiamo esprimendo e manifestando qualcosa di noi agli altri. L'avvento del digitale e, in particolare, dei social network ha profondamente trasformato la

¹ I 5 assiomi della comunicazione vengono esplicitati nel testo scritto da Watzlawick e collaboratori nel 1967, intitolato «*La pragmatica della comunicazione umana*».

comunicazione instaurando nuovi modi di essere in relazione. Una buona parte delle nostre interazioni, infatti, passa attraverso gli strumenti che il Web 2.0² mette a disposizione, tra i quali *tweet*, *like*, *post*, *community*, commenti e *chat* private. La nostra esperienza quotidiana viene quindi significativamente trasformata dall'interazione con (e attraverso) i nuovi media: secondo il report annuale “*Digital Trend 2023*” presentato da *We Are Social*, in collaborazione con *Meltwater*, circa il 60% della popolazione mondiale (4,76 miliardi di persone) è presente sui social media, i quali impegnano la maggior parte del tempo degli utenti connessi. Facebook, TikTok, Instagram e Whatsapp, per citarne alcuni, non si limitano alla funzione di mezzi ma diventano dei veri e propri *habitat* comunicativi. Già McLuhan negli anni Sessanta pensava ai media come «estensioni dei nostri sensi e ambienti in cui ci muoviamo, conosciamo, entriamo in relazione» (Scabini & Rossi, 2013). Abitiamo un mondo composto da molteplici realtà, governate da diversi attori sociali, che possono essere esclusive o collettive (Ciofalo, 2014). Non a caso Giuseppe Riva (2010), psicologo italiano particolarmente attento ai cambiamenti generati dai social network, sostiene che l'evoluzione dei nuovi media porta con sé il superamento dei confini che dividono mondo reale e mondo virtuale. Il risultato di questo processo coincide con la creazione di uno «spazio ibrido che include tutte le esperienze- digitali e reali, pubbliche e private- sperimentate dal soggetto nella sua vita quotidiana» chiamato “interrealtà” (Riva, 2010). È evidente quindi che i nuovi media permeano la nostra realtà in un duplice senso: introducendo inedite modalità di comunicazione muta la natura delle relazioni che l'uomo instaura ma, di conseguenza, è l'uomo stesso ad essere modificato nel suo modo di vivere le nuove declinazioni della realtà.

Accanto a questi approcci alla rete e ai nuovi media, la vasta letteratura offre visioni più critiche. Il filosofo italiano Umberto Galimberti (2009), riprendendo il pensiero del filosofo tedesco Günther Anders, sospetta che la diffusione dei nuovi mezzi di comunicazione tenda ad abolire il bisogno di comunicare. Egli afferma che «nonostante l'enorme quantità di voci diffuse dai media, o forse proprio per questo, la nostra società parla nel suo insieme solo con sé stessa» (Galimberti, 2009, p. 228). L'autore sembra quindi voler sottolineare come il valore dell'esperienza che ciascuno di noi ha del mondo e della realtà viene sostituito dalla sua rappresentazione nella versione mediatica. Inoltre, a questa condizione antropologica che vede l'omologazione e il monologo collettivo come i fondamenti della nuova società creatasi, «si riduce, fino ad annullarsi, lo spazio di libertà e il bisogno di interpretazione» (Galimberti, 2009, p. 233). Se, dunque, l'esposizione alla visione del mondo che ci viene presentata dalle nuove tecnologie incide sul nostro modo di fare esperienza, viene meno la nostra

² Termine coniato tra il 2004 e il 2005 dall'editore americano Tim O' Reilly. Esso indica l'evoluzione del Web e della rete Internet e ha come caratteristiche principali la possibilità da parte degli utenti di condividere contenuti multimediali e partecipare attivamente alla gestione degli stessi (Corrado, n.d.).

possibilità di agire liberamente. Galimberti ci palesa il nostro impoverimento legato alla perdita del senso dell'attesa e della capacità di stare con noi stessi. Altrettanto critica è la visione del teorico delle culture di rete olandese, Geert Lovink (2016), che dipinge i social network come dei «giardini recintati», «reti prive di scopo» e «divoratrici di tempo», «e così veniamo risucchiati sempre più in profondità in una caverna sociale senza sapere cosa stiamo cercando» (Lovink, 2016, p. 15). È sottesa quindi una tendenza all'autoreferenzialità e il bisogno di specchiarsi in gruppi di persone in linea con il nostro modo di pensare e sentire. Lo studioso con la sua teoria della "psicopatologia dell'*information overlord*" ci invita a riflettere sull'effetto, a suo parere manipolatorio, che possono avere i social media per quanto concerne la creazione di contenuti personali da condividere con gli altri (Stella et al., 2018). La socialità dei nuovi mezzi di comunicazione nasconderebbe quindi la strategia opportunistica per la gestione dei *big data*, che siamo costantemente chiamati a valutare, recensire e commentare. Il dialogo, che comunemente viene considerato un aspetto su cui poggiano i social media, diventa un'illusione: Lovink porta l'esempio del blog, uno spazio teoricamente polifonico, il quale si rivela essere una realtà digitale che unisce persone che la vedono allo stesso modo e che negano la possibilità di confronto con pensieri divergenti (Lovink, 2016). Di diverso parere è la ricercatrice di *Pedagogia Generale e Sociale* presso l'Università Telematica Pegaso, Barbara De Canale (2016), che invece invita a prestare attenzione alla natura dialogica dei blog (e dei social network) perché il vissuto narrato attraverso questi strumenti digitali è influenzato da commenti e suggestioni provenienti dai lettori «in un processo circolare che offre stimoli all'approfondimento e alla riflessione» (De Canale, 2016, p. 56).

Tornando alla visione critica della rete, Umberto Galimberti (2009), rifacendosi a Günther Anders, afferma che:

alla base di chi parla e di chi ascolta non c'è, come un tempo, una diversa esperienza del mondo, perché sempre più identico è il mondo a tutti fornito dai media [...] le mille voci che riempiono l'etere eliminano progressivamente le differenze che ancora sussistono fra gli uomini [...] in questo modo i nuovi mezzi di comunicazione cessano di essere mezzi perché [...] nel loro insieme compongono quel mondo fuori dal quale non è dato avere altra e diversa esperienza, né altra libertà se non quella di prendervi parte o starsene in disparte (Galimberti, 2009, pp. 228-229).

A sostegno di quest'affermazione, così si esprimeva Zygmunt Bauman, filosofo e sociologo polacco, in un'intervista rilasciata alla testata spagnola "El País" (Mauri, 2016):

il vero dialogo non è parlare con persone che credono nelle tue stesse cose. I social media non ci insegnano a dialogare perché in quel mondo è facile evitare le polemiche, quando lo si desidera. La maggior parte delle persone utilizza i social media non per collegarsi e neppure per ampliare i propri orizzonti, ma, al contrario, per rinchiudere sé stessi in una comfort-zone in cui gli unici suoni sono gli echi della loro voce e le uniche cose che vedono sono i riflessi del proprio volto. I social media sono molto utili e piacevoli, ma sono una trappola (Mauri, 2016).

Secondo alcuni degli autori citati la retorica del dialogo promossa dai social network sarebbe fallace. I nuovi media ci mettono di fronte a due scelte: accettare il nuovo ordine della realtà promosso dalla rivoluzione digitale o esserne esclusi. Questa logica dell'aut-aut, però, presenta diversi limiti: da un lato rinnegare le nuove tecnologie della comunicazione significa porsi in un'ottica anacronistica e retrograda che non considera la loro influenza, ormai pregnante, all'interno della società; dall'altro accettarne l'impatto con uno sguardo acriticamente esaltante rischia di ridurre la nostra capacità di comprendere la realtà e il mondo. Data la complessità del fenomeno mediatico, è auspicabile riconsiderare gli approcci estremizzanti, eliminando quelle linee di confine che limitano la nostra capacità di problematizzare il reale (Deriu & Filomia, 2015; Rossetti, 2023). Ciò che viene istituito con i social media è un nuovo ordine di realtà in cui gli scenari comunicativi digitali si integrano a quelli tradizionali: è necessario quindi il superamento del «dualismo digitale» (Jurgenson, 2012), inteso come la contrapposizione tra uno spazio autentico e reale, in cui le persone sono tangibili, e un ambiente virtuale, inautentico e materializzato. Questa separazione tra i due mondi, «frutto di un'assolutizzazione delle paure e legata alla non conoscenza delle pratiche e della socialità in rete», è «non solo ingannevole ma impedisce [anche] di cogliere le opportunità che il nuovo contesto certamente offre» (Scabini & Rossi, 2013).

Riportando questa visione ai social network, l'idea è che chi crea un proprio profilo non lo faccia per avere una “doppia vita”, ma piuttosto per mantenere le relazioni e per promuovere l'incontro in presenza in un'ottica che vede i “nuovi” strumenti di comunicazione come facilitatori e non sostituti della relazione (Scabini & Rossi, 2013). Si crea quindi una «*networked society* che vede nelle tecnologie della comunicazione degli [...] “abilitatori” online di forme di socialità presenti nella vita quotidiana» (Scabini & Rossi, 2013). Con questo non si possono escludere i “nuovi sintomi” (Recalcati, 2011) di queste piattaforme: è necessario però riconsiderarli a partire dal presupposto che non sono necessariamente dovuti alla Rete in quanto tale ma alla nostra cultura individualista e fondata sulla *performance* che si è sviluppata ben prima dei new media (Scabini & Rossi, 2013). Anche Pacagnella conferma questo, affermando che la creazione di tecnologie come i social network nasce per rispondere ad un'esigenza sociale in un preciso contesto e momento storico. Le piattaforme *social*

non sono «tecnologie che causano conseguenze sociali, bensì tecnologie che si affermano esse stesse come conseguenza del mutamento sociale» (Paccagnella, 2020, p. 173).

1.1 Le caratteristiche delle piattaforme social

Secondo Nodelmann (n.d.) l'architettura dei *social* poggia sui seguenti pilastri: interazione, condivisione e partecipazione. Il primo fa riferimento allo scambio di informazioni, opinioni, idee e sentimenti determinando un'influenza reciproca tra i soggetti che entrano in relazione (Nodelmann, n.d.). Le *chat* e i social network rendono la comunicazione sempre più diretta e istantanea permettendo il contatto anche con persone che si trovano fisicamente molto distanti rispetto a noi. La condivisione è correlata all'opportunità di essere non solo fruitori di contenuti multimediali ma diventarne gli ideatori e distributori semplicemente attraverso il proprio profilo. Interessante in questo senso è l'introduzione nel panorama mediatico degli *User Generated Content* che, a partire da fondamentali teoriche quali la *remix culture*³ (Lessing, 2009) e la cultura convergente⁴ (Jenkins, 2006), consentono alle aziende di utilizzare i dati (testuali, video, audio, fotografici ecc...) creati dagli utenti per promuovere il loro *brand* e avere maggiore visibilità. Il *social sharing*, infatti, è un fenomeno sociale ormai scontato per chi frequenta le piattaforme online considerando che basta premere "condividi" per trasmettere ai nostri "amici" qualcosa che riteniamo possa risultargli interessante. I social media, infine, in quanto luoghi della partecipazione cambiano la posizione che ciascuno assume nel paradigma comunicativo rendendo gli utenti «protagonisti attivi della comunicazione grazie all'accumulazione e diffusione di pratiche che consentono di autorappresentarsi» (Stella et al., 2016, p. 87). Si costruisce un'industria dei "media senza media", caratterizzata dal venir meno delle forme di mediazione comunemente intese e la profilazione di nuovi scenari governati da utenti che sono contemporaneamente consumatori, creatori e distributori di contenuti e storie (Lucchi, 2010). Alla base del cambiamento della geografia relazionale dei *social* vi è, quindi, la propensione a «farsi media» (Boccia Artieri 2006 in Stella et al., 2016) diventando creatori di nuove culture partecipative. Le prospettive adottate sono due: il "fare media", inteso come «esplorazione delle possibilità del mezzo ed esplorazione di percorsi possibili di significato [...] che ne rendono esplicito l'uso e i contesti d'uso» (Boccia

³ Lessing, elabora la sua teoria della *remix culture* a partire dalla distinzione tra quelle che chiama cultura *read only* e cultura *read/write*: la prima si riferisce al sistema mediatico tradizionale caratterizzata da una netta distinzione tra produttore e consumatore di contenuti in un flusso unidirezionale. Il continuo interscambio tra produttore e consumatore è quello che invece contraddistingue la *read/write culture*, la quale comporta una progressiva perdita della distinzione tra chi produce e chi consuma, introducendo la figura del *prosumer* (Pezzili & Company, n.d.).

⁴ È un modello culturale in cui i vecchi e i nuovi media collidono, i media popolari e quelli delle corporation si incrociano e il potere dei produttori e quello dei consumatori interagiscono in forme imprevedibili. È stato introdotto da Jenkins nel testo intitolato *Convergence culture* (2006) (Treccani, n.d.).

Artieri, 2012, p. 73); il “diventare media”, che rimanda all’interiorizzazione di forme espressive ed estetiche dei media e all’ibridazione di linguaggi mediatici e linguaggi del quotidiano (Boccia Artieri, 2012). La definizione proposta da Riva (2016) permette di comprendere appieno quanto finora affermato: un social network è «una piattaforma basata sui nuovi media che consente all’utente di gestire sia la propria rete sociale ⁵ [...] sia la propria identità sociale ⁶ [...]» (Riva, 2016, p. 15). Il *social networking*, a differenza di quanto succedeva prima dell’avvento dei media, permette di valorizzare l’esperienza sociale poiché vengono meno quei limiti spaziali e temporali propri della comunicazione di massa e del mondo predigitale (Stella et al, 2016). Esso diventa uno strumento di supporto alla nostra rete sociale: pensiamo ad esempio a Facebook e alla possibilità di sviluppare amicizie virtuali senza necessariamente aver interagito faccia a faccia con la persona che diventa “amica”. Permette anche di esprimere la propria identità sociale, ad esempio con la creazione e la condivisione di contenuti attraverso *post* e *tweet* è possibile raccontare i propri ricordi e sentimenti. Infine, è uno strumento di analisi dell’identità sociale altrui perché offre l’occasione di confrontarsi ed esplorare le esperienze condivise dagli altri (Riva, 2016). I social media, veri e propri «territori dell’abitare» (Boccia Artieri, 2012, p. 35), costituiscono un terreno in cui si inaugurano nuovi processi di costruzione identitaria. I mondi virtuali, infatti, dischiudono «ulteriori ed inedite opportunità di incontro con l’Alterità nelle sue due forme: l’Altro da sé e l’Altro sé» (De Canale, 2016). Come è stato sottolineato precedentemente, i nuovi media creano svariate modalità di comunicazione e interazione (Altro da sé) ma permettono anche l’espressione dei propri vissuti e di una pluralità di modi di essere (Altro sé) (De Canale, 2016, p. 51). La relazione «disincarnata», data dalla rimozione del corpo e dei suoi significati (Riva, 2016; Scabini & Rossi, 2013), presuppone che nelle piattaforme *social* «si è ciò che si comunica», come affermato dal Manifesto della comunicazione non ostile⁷. Le parole e la modalità di espressione diventano testimonianza dell’identità personale, cioè il modo in cui una persona rappresenta sé stessa. Inoltre, è possibile assumere diversi ruoli e modi di essere che nell’ambiente fisico della realtà non si possono concretizzare. Un aspetto particolarmente rilevante dei social network consiste infatti nella creazione di diversi Sé possibili (Riva, 2016): l’utente sceglie liberamente in che modo presentarsi al palcoscenico digitale, avendo l’opportunità di curare gli aspetti della sua identità che ritiene negativi o di incarnare altri ruoli e forme che considera ideali. Palfrey e Gasser (2009)

⁵ La rete sociale è l’«insieme di persone a cui sono collegato da una forma qualsiasi di relazione sociale». È la presenza (e non la tipologia) di una relazione a determinare la rete sociale (Riva, 2016, p. 12)

⁶ L’identità sociale racchiude le «caratteristiche della propria “posizione” all’interno di gruppi sociali di riferimento di cui il soggetto fa parte» (Davies e Harré, 1990, in Riva, 2016, p. 11)

⁷ Il Manifesto della comunicazione non ostile è una carta che indica dieci principi di stile da adottare per migliorare il proprio comportamento in Rete. È stato varato nel 2017 nel corso di un evento a Trieste e successivamente adottato da diverse istituzioni educative (Parole Ostili, n.d.).

rimarcano come «le varie espressioni dell'identità che si trovano online non solo riflettono lo stato dell'identità [...] così come lui (o lei) lo percepisce ma danno anche forma a quell'identità influenzando la percezione [...] su ciò che gli altri pensano di lui o di lei» (Riva, 2016, p.119). Riva (2016) sottolinea come la sperimentazione di ruoli e identità diversi, che fa parte dello sviluppo individuale e che viene promossa dai social media, può attivare processi di *self-empowerment*, i quali permettono di facilitare il cambiamento. I social network incarnano gli strumenti narrativi per eccellenza data la possibilità di scelta circa il modo in cui presentarsi e le esperienze che si vuole condividere con le persone che abitano la rete (*impression management*): un utente può decidere di essere sé stesso o qualcun altro in un'ottica di definizione e ridefinizione della propria identità sociale, senza costi elevati (Riva, 2016). I fallimenti nella sperimentazione di nuovi modi di essere all'interno della Rete generalmente non provocano conseguenze: se una persona nella vita è introversa, può provare a mettersi in gioco nelle piattaforme *social* ma, anche se non dovesse riuscire a raggiungere il risultato sperato, non succederebbe nulla. Da alcune ricerche, tra cui quella di McKenna (2007), si evince la tendenza delle persone a rivelare online il loro vero Sé in misura maggiore rispetto alla vita reale, poiché vi è meno timore di essere giudicati e di ottenere la disapprovazione degli altri (De Canale, 2016). Riva (2010) presta attenzione anche ad alcuni aspetti ambigui, i “tre paradossi”, che contraddistinguono i social network: è vero che questi ultimi possono essere usati per migliorare la propria identità sociale (*impression management*), ma anche l'intervento esterno può modificare facilmente il modo in cui gli altri percepiscono l'identità del soggetto (*reputation management*). L'identità fittizia che ciascuno crea, attraverso foto, video, commenti, note, stati d'animo ecc..., diventa la “prima impressione” che si fanno le persone che popolano la Rete e incontrano gli altri profili; inoltre, la possibilità di condividere rapidamente quello che viene pubblicato da un utente, espone quest'ultimo al giudizio altrui che, naturalmente, può essere positivo o negativo andando ad incidere sulla sua reputazione. La seconda ambiguità evidenziata è relativa al fatto che l'identità sociale (*personal branding*) che l'utente mette a disposizione del pubblico mediatico, facilita la possibilità, da parte degli altri utenti, di ricostruire l'identità reale del soggetto: il dissolversi dei confini fra ambiente “reale” e digitale, rende sempre più instabile la sicurezza delle informazioni private degli utenti. Il terzo paradosso consiste nella convinzione che i *social* allargano la rete sociale senza distinguere tra legami forti (amicizie vere) e legami deboli (semplici conoscenze) e, progressivamente, può venir meno la percezione della differenza fra gli uni e gli altri (Deriu & Filomia, 2015; Riva, 2010; Riva, 2016; Scabini & Rossi, 2013).

Giovanni Boccia Artieri, sociologo italiano, descrive perfettamente questo nuovo “ostacolo” come un «nuovo stato di sperimentazione della relazione in cui si produce un vicinato digitale senza necessità di profondità relazionale [...] è uno stato di difficile gestione emotiva ed affettiva che rende

complesso pensare oggi sé stessi in chiave relazionale nell'equilibrio fra ambienti quotidiani "reali" e ambienti quotidiani digitali» (Boccia Artieri, 2012, p. 113). Luciano Paccagnella, sociologo italiano, sottolinea la maggiore importanza che talvolta assumono i legami deboli⁸ : riportando un esperimento condotto da Mark Granovetter (1973), in cui solo nel 17% dei casi la ricerca di un posto di lavoro ha avuto successo grazie alla cerchia di amici più intimi, mentre in tutti gli altri sono i legami più deboli a fornire il supporto necessario (Paccagnella, 2020). Lee Rainie e Barry Wellman (2012), a partire dai risultati di una serie di ricerche condotte in diversi anni di studi, hanno introdotto il termine «*networked individualism*»⁹ con il quale alludono al fatto che non sono più i luoghi ad essere connessi tramite le tecnologie della comunicazione ma direttamente le persone a prescindere da dove si trovano. A differenza dei primi studi sulle tecnologie, che ipotizzavano un impatto di isolamento sociale sugli individui, essi mettono in luce la presenza di situazioni di ipersocializzazione, in cui lo spazio sociale smaterializzato assume un nuovo significato e non per questo è meno coinvolgente delle tradizionali forme di comunicazione e relazione faccia a faccia (Treccani, 2013). Particolarmente rilevante è anche la profilazione, dal loro punto di vista, di tre rivoluzioni principali che hanno rimodellato le interazioni e la società così come le conosciamo: la prima, quella di Internet, il *metamedium* che ha permesso l'interazione tra diversi media e persone, gruppi, istituzioni coniugando la comunicazione uno-a-uno (telefonia), uno-a-molti (radio e televisione) e, la novità maggiore, molti-a-molti (social media e social network); la seconda, quella della telefonia mobile che ha incoraggiato l'essere *always on* (sempre connessi) e la consapevolezza di immediata accessibilità alle risorse della Rete; infine, quella delle reti sociali che comporta un indebolimento delle comunità locali e delle relazioni faccia a faccia a favore di una complessa varietà di interazioni e *network* sociali plurimi, più mobili ma anche più instabili (Rainie, 2012; Miconi, 2012; "Individualismo di rete, sembra un paradosso ma non lo è", 2012). Questi «spazi sociali» (Scabini & Rossi, 2012, capitolo 5), che hanno conquistato i momenti della socializzazione, sono luoghi relazionali complessi e contraddittori: da un lato sono promotori della partecipazione, dell'espressività e della creazione di nuove pratiche d'interazione, dall'altro l'esibizione online e il progressivo sfumarsi dei confini pubblico-privato, rendono gli utenti più esposti a determinati rischi e mettono in dubbio la loro percezione dell'universo mediatico che abitano. Questi aspetti mettono in evidenza quei «lati oscuri» della *Network Society* che possono avere un impatto sulla nostra soggettività: la questione della privacy, l'adescamento online di minori, l'*hate speech*, il cyberbullismo, i comportamenti aggressivi (*stalking*) e il furto d'identità, per citarne alcuni.

⁸ La forza di un legame è data dalla «quantità di tempo, dall'intensità emotiva, dall'intimità e dalla dedizione reciproca che caratterizza la relazione» (Granovetter, 1973; Paccagnella, 2020).

⁹ Trad. it. "Individualismo di rete"

1.2 Condividere: le motivazioni alla base dello *sharing*

La cultura dello *sharing* sulla quale si basano le piattaforme *social* è oramai radicata nel nostro modo di vivere la quotidianità. La tendenza a confrontarsi con gli altri e il bisogno di inserirsi in un gruppo sono insiti nella natura umana che, come affermava Aristotele, è costituita da «animali sociali»: la società è infatti la condizione *sine qua non* per la definizione della personalità del singolo. Il *New York Times Customer Insight group* ha realizzato una ricerca intitolata “*The psychology of sharing*”, che nasce dalla necessità di comprendere le motivazioni che incoraggiano le persone a condividere online. Questa tendenza non sembra una novità ma, piuttosto, un aspetto caratterizzante la natura umana. Ciò che cambia in ultima istanza non è la comunicazione di per sé ma le modalità: condividiamo molti contenuti, con più persone, in modo rapido e funzionale grazie all’utilizzo di molteplici fonti. Una delle motivazioni alla base dello *sharing* è legata alla volontà di realizzare contenuti divertenti, interessanti (49%) e utili (94%) da condividere. Anche definire sé stessi agli altri (68%), affinché abbiano un’idea più chiara di chi siamo e di cosa ci piace, incoraggia la pubblicazione insieme alla possibilità di coltivare e consolidare le nostre relazioni, con persone che altrimenti non riusciremmo a sentire (78%) e con quelle che condividono i nostri interessi (73%). Altri due motivi che stimolano la partecipazione sui social sono il desiderio di autorealizzarsi e sentirsi più coinvolti all’interno della società e del mondo (69%) e quello di diffondere notizie e manifestare i propri ideali e convinzioni (84%) (New York Times Customer Insight group, n.d.). Considerando anche quanto affermato precedentemente, scegliere chi vogliamo essere sui social network e come presentarci agli altri è parte integrante del fenomeno del *social sharing*. Queste piattaforme rispondono a determinati bisogni che Abraham Maslow, psicologo statunitense, aveva classificato nella “piramide dei bisogni dell’essere umano”, da quelli fisiologici a quelli di autorealizzazione. Nei social network, in effetti, l’utente può scegliere chi è “amico” (bisogno di sicurezza) e quando gli altri lo considerano tale sente di “valere” (bisogno di stima). Può scambiare opinioni, esperienze e vissuti con altre persone (bisogno associativo) e raccontarsi lasciando che gli altri possano trarre vantaggio da ciò che viene condiviso (bisogno di autorealizzazione) (Riva, 2016).

Langman, rielaborando la teoria di George Herbert Mead (1966) dell’“Altro generalizzato”, sostiene che al giorno d’oggi quest’ultimo ha un ruolo più marginale dell’“Altro dell’immaginario”: questo è correlato al fatto che nella nostra società centrata sulle immagini che ci circondano, «non agiamo tanto assumendo il ruolo dell’altro ma come l’obiettivo fosse su di noi e l’Altro stesse guardando» (Bovone, 1997, p. 389). Il fatto di essere osservato dagli altri, i quali possono esprimere un giudizio sulla rappresentazione che il soggetto fornisce di sé stesso, influisce quindi sul nostro modo di agire e sentire. Inoltre, il modo di riflettere sulla nostra rappresentazione assumendo la prospettiva degli altri influisce sulle modalità che si adottano per comunicare l’immagine di sé online. Boccia Artieri

coglie il senso di quanto affermato, evidenziando come «ci osserviamo osservandoci nella produzione comunicativa; ci guardiamo con gli occhi di un possibile pubblico; leggiamo noi stessi nelle tracce che produciamo online» (Boccia Artieri, 2012, p. 163). Allo stesso modo Sergio Manghi, sociologo italiano, afferma che «conoscere e conoscersi [...] è sempre un processo intrinsecamente [...] interattivo, comunicativo, sociale» (Manghi, 2004, in Pagnotta, 2018, p. 24). I social media, in ultima analisi, non danno solo la possibilità di costruire e coltivare relazioni ma anche rappresentare diverse versioni del Sé e, di conseguenza, espongono gli utenti allo sguardo e all'interpretazione degli altri.

2. Infanzia, famiglia e media: una relazione che cambia

La famiglia, oggetto di riflessioni interdisciplinari per eccellenza, rappresenta quella realtà quotidiana che, da sempre, viene considerata parte integrante del processo di definizione dell'identità e dello sviluppo del singolo. Le rivoluzioni digitale e, conseguentemente, comunicativa hanno inciso anche sulle relazioni che si instaurano all'interno del nucleo familiare e sulle rappresentazioni che se ne fanno. Gli studi sul rapporto tra infanzia, famiglia e media si sono focalizzati soprattutto sugli aspetti legati alla *governance* degli strumenti mediatici da parte dei genitori e sul come gestire l'ormai dominante presenza dei dispositivi tecnologici, quali smartphone e computer, nella vita di tutti i giorni di bambini e ragazzi. Ma in che modo la famiglia, o meglio le famiglie, vengono segnate dalla rivoluzione digitale? Come cambiano le relazioni intergenerazionali attraverso i new media? Renato Mion, professore emerito, Ordinario di Sociologia dell'Educazione presso l'Università Pontificia Salesiana di Roma, ci prospetta un cambiamento sostanziale delle relazioni familiari, considerando che «le ICT ¹⁰ [...] sono forze che rivoluzionano le nostre interazioni reciproche, la nostra organizzazione mentale, la concezione della realtà, le nostre fantasie e mettono alla prova il nostro stesso modo di pensare, di dare senso agli eventi, diffondendo tra la gente un disorientamento psicologico e culturale, soprattutto nel mix di “esperienza reale e di esperienza virtuale”, quando le immagini appaiono più reali della realtà» (Mion, 2018, p. 168). Si tratta di una rivoluzione antropologica che «ridefinisce linguaggi, canali e regole di coinvolgimento» (Colletti, 2023) e che interessa non solo i “nativi digitali” ma anche adulti e figure genitoriali. La «mediatizzazione» intesa come la «tendenza dei diversi tipi di media a farsi parte integrante delle istituzioni sociali, come la politica, il lavoro, la famiglia o la religione, le cui attività istituzionali sono sempre più spesso realizzate attraverso le tecnologie digitali» (CISF, 2017, in Mion, 2018, p. 169), ha investito le dinamiche familiari generando un meticciamento di relazioni faccia a faccia e di comunicazioni mediate da smartphone, computer e social network. È in questo quadro antropologico che si inserisce la «famiglia ibridata» (CISF, 2017) che

¹⁰ ICT sta per *Information and Communication Technologies* (trad. it. mia “Tecnologie della comunicazione e dell'informazione”).

necessita di uno sguardo peculiare e attento alla nuova dimensione relazionale “meticcata” che si crea. Si parte dal presupposto che la natura di queste relazioni “miste” non sia necessariamente negativa ma, al contrario, potenziale promotrice di modi alternativi di essere e vivere la famiglia. Il Centro Internazionale Studi Famiglia (CISF, 2017) infatti, sostiene che: «non serve schierarsi nell’ennesimo scontro tra tradizionalisti e innovatori, o tra apocalittici e integrati, quanto piuttosto riconoscere le potenzialità, leggere le diverse traiettorie dei diversi gruppi sociali e delle diverse famiglie, e discernere con attenzione rischi e possibilità» (CISF, 2017, in Passatino, 2018). Inoltre, i dati riportati dal CISF riflettono la preferenza per l’app di messaggistica, Whatsapp, per quanto riguarda gli scambi comunicativi familiari (82%), seguito da Facebook con poco più della metà (Passatino, 2018).

L’introduzione dei new media nel panorama familiare ha indubbiamente influenzato la quotidianità sotto vari punti di vista e in misura variabile: la ricerca e l’analisi delle trasformazioni delle relazioni che si instaurano tra genitori e figli avvenute grazie all’avvento dei media, è sicuramente un aspetto di primaria importanza quando ci si imbatte nel difficile compito di interpretare la realtà. È fondamentale però, comprendere anche il modo in cui i social media agiscono introducendo uno spettro più ampio di modi di rappresentare la genitorialità e l’infanzia e creando nuove pratiche, tra le quali emerge quella dello *sharenting*. Affrontare il cambiamento vissuto dalla famiglia, dalla genitorialità e dall’infanzia nel contesto dei new media significa partire dal presupposto che la realtà è «il risultato dell’incrociarsi, del contaminarsi, nel senso latino, delle molteplici immagini, interpretazioni, ricostituzioni che, in concorrenza fra loro o comunque senza alcuna coordinazione “centrale”, i media distribuiscono» (Vattimo, 1989, in D’Amato, 2008). Osservare le pratiche genitoriali non significa considerare l’adulto e il bambino separatamente ma riflettere sulle interazioni tra questi, tenendo sempre presente che esse si inseriscono all’interno di un ampio quadro di relazioni (Formenti, 2012), in cui rientrano anche i social media. Tra famiglia, infanzia e media sembra quindi svilupparsi un rapporto circolare basato su intrecci e influenze reciproche. Considerando il contributo di Urie Bronfenbrenner, psicologo statunitense che ha delineato la “teoria ecologica dello sviluppo umano”, possiamo affermare che i media fanno parte dell’«esosistema» che condiziona indirettamente la crescita del bambino (Bronfenbrenner, 1979). Questi strumenti possono avere un impatto significativo sulla vita di quest’ultimo perché ne esercitano un’influenza indiretta attraverso la famiglia o la società stessa, ad esempio, condizionandone i modi di rappresentare e interpretare l’infanzia. Marina D’Amato, sociologa italiana e professoressa onoraria della facoltà di Scienze della Formazione presso l’Università degli Studi Roma Tre, sull’infanzia rappresentata dai media, facendo riferimento ai bambini televisivi (o nel nostro caso *social*), si esprime aspramente affermando che queste figure dell’infanzia pubblica proiettano «l’idea di un quotidiano vincente e colorato di benessere» in cui, in realtà, i bambini sono «subordinati in tutto e per tutto agli adulti [...] e finiscono per assumere il compito di reincantare un

mondo disincantato» (D'Amato, 2008, p. 8). L'autrice critica, inoltre, l'idea economica che la società crea dell'infanzia: i bambini diventano adulti miniaturizzati che, come consumatori o promotori dell'economia, si rivolgono ad infanti adultizzati. L'«infanzia adultizzata precocemente» (D'Amato, 2008, p. 22) viene creata a partire dalla rimozione della cultura, delle abitudini e dei costumi dei bambini per sostituirli con quelli degli adulti, facendo fare ai “piccoli” quello che fanno i “grandi”. Ancora una volta sono le «società performative» (Abercrombie, Longhurst, 1998, in Codeluppi, 2007) a incitare questa «vetrinizzazione sociale» (Codeluppi, 2007) dell'infanzia: il principio guida è «*video ergo sum*» (D'Amato, 2008, p. 9), per il quale l'esistenza è legata al fatto che gli altri ci vedano. Quindi, attenendosi alle considerazioni di D'Amato, se i bambini non vengono pubblicizzati e messi in mostra non esistono? Se «senza un'idea di infanzia non esiste l'infanzia» (D'Amato, 2008, p. 7), allora qual è il quadro di quest'ultima dipinto dai social media? Che società, abitata anche da bambini, viene forgiata a partire dalle traiettorie tracciate dagli spazi relazionali virtuali? Lungi dal pensare di trovare risposta a tali quesiti, è necessario tuttavia tenerli a mente per il proseguo del presente lavoro.

Un ulteriore tema centrale da accennare per meglio comprendere il cambiamento a cui la nostra società è andata incontro sul versante della genitorialità e dell'infanzia in rapporto ai media, è relativo all'evoluzione della rappresentazione della famiglia a partire dalla pratica dell'album di famiglia, che distingueva soprattutto il periodo precedente a quello dell'avvento dei social media, fino alle moderne *stories*¹¹. L'album di famiglia rappresenta una «pratica occasionale» della fotografia (Pierre Bourdieu, 1965): quest'ultima è «un complesso fenomeno socio-culturale indistricabile dalla rete relazionale entro cui è presa, ed entro la quale “agisce” in funzione di una serie di pratiche a essa correlate» (Ugenti, n.d.). Elio Ugenti, ricercatore del Dipartimento di Filosofia, Comunicazione e Spettacolo presso l'Università Roma Tre, riprendendo il pensiero di Bourdieu, sottolinea la ritualità della fotografia familiare del passato e la scarsa propensione delle persone ritratte ad un'esposizione pubblica delle proprie fotografie. L'album familiare si connotava, infatti, di un elevato «valore culturale» e di un basso «valore espositivo», e acquisiva un'ulteriore proprietà, la materialità, che lo vincolava al piano spazio-temporale (Ugenti, n.d.). I cambiamenti della sfera relazionale, comunicativa e la pervasività del digitale nella vita quotidiana, hanno contribuito all'introduzione di nuove modalità di raccontare la famiglia, ad esempio attraverso i *selfie* postati sui social network. La definizione di *selfie* proposta dall'*Oxford Dictionaries*, «il *selfie* è una fotografia che una persona fa di sé stessa, generalmente fatta con lo smartphone o con la webcam e condiviso sui social media»¹², permette di

¹¹ Intese come contenuti pubblicati all'interno dei social network, quali Facebook o Instagram, rivolti ad un pubblico più o meno allargato per un tempo determinato (24 ore).

¹² Trad. it. mia.

cogliere il fine dell'immediata condivisione che spesso contraddistingue questo tipo di scatto. Secondo Riva (2016) la possibilità di fotografare qualsiasi cosa o persona in ogni momento, affievolisce il "ricordo": «da diario in cui raccontare i propri momenti speciali la foto è diventata un bloc notes su cui prendere appunti: fotografo un po' di tutto» (Riva, 2016). Altra considerazione è legata al fatto che un'immagine familiare spesso racchiude al suo interno un insieme di significati socioculturali propri del contesto spazio-temporale in cui viene scattata. L'odierno ampio panorama di famiglie e di «sguardi di famiglia» (Formenti, 2014) viene quindi rappresentato in queste pratiche digitali di condivisione di momenti che, un tempo, venivano visti esclusivamente da una ristretta cerchia di persone. Lo storico, filosofo e saggista israeliano, Yuval Noah Harari, afferma che «scrivere un diario privato – una pratica umanista comune per le generazioni precedenti – suona a molti giovani di oggi come assolutamente inutile. Perché scrivere qualcosa se nessun altro può leggerlo? Il nuovo motto dice: "Se sperimenti qualcosa, registralo, se registri qualcosa, caricalo. Se carichi qualcosa, condividilo"»¹³ (Harari, 2016, in Ball, 2016). Harari individua nelle piattaforme digitali il nuovo futuro della narrazione di sé, che sia in forma testuale o attraverso immagini: allo stesso modo la famiglia viene suggestionata da queste nuove modalità di *storytelling*. Infine, come vedremo dai risultati della ricerca, possiamo affermare che la pratica dell'album di famiglia non è scomparsa ma, piuttosto, è stata ridefinita in rapporto all'avvento del digitale e ai cambiamenti comunicativi e relazionali e integrata ad altre pratiche rappresentative familiari, tale è quella dello *sharenting*.

2.1 Genitori e l'esperienza del parenting nell'era dei social

Una volta contrassegnato il legame esistente fra rappresentazione mediatica e infanzia, è scontato chiedersi in che modo il genitore, invece, vive la sua esperienza di *parenting*¹⁴ sui social network e sceglie se e come raccontare questo ruolo nello spazio della *performance* e della trasparenza della quotidianità. L'onnipresenza delle piattaforme comunicative e la possibilità di condividere le esperienze e l'intimità familiare porta con sé nuove possibili interpretazioni del "sé genitoriale". I profili che le madri e i padri assumono sui social media contribuiscono alla manifestazione ed esibizione della loro relazione con i figli nel palcoscenico digitale: infatti, «tutte le micro produzioni narrative dei vissuti che avevano dimora domestica nei diari, negli album di famiglia, nei post-it lasciati sul frigorifero al proprio partner ecc... vengono riversate come un flusso intrecciato nei siti di social network» (Boccia Artieri, 2012, pp. 112-113). Si verifica, come sottolineato da Boccia Artieri, un

¹³ Trad. it. mia.

¹⁴ Il termine *parenting*, dall'inglese *parent* (genitore) e poi trasformato in verbo "*parenting*" (fare il genitore), indica «una nozione complessa che concerne la specialissima relazione tra genitori e figli, e che ha a che fare con la realtà più umana dell'umano perché in essa l'umano si costruisce» (Milani, 2018, p. 68).

cambiamento di rotta della relazione genitoriale che dall'intimità della quotidianità, fatta di diari familiari e vissuti cartacei, passa alla prevalenza della sua rappresentazione mediatica, attraverso *tag*, *post*, *tweet* e *stories* diffuse online dai genitori che ritraggono la loro esperienza in quanto figure educative di riferimento. Il contesto da noi abitato è «teso tra forme di intimità e pratiche di esibizione, è un ambiente complesso nel quale le forme di reciprocità del comunicare tendono ad essere meno sincrone e per questo volatili, ma in cui la relazione sociale sviluppa percorsi nuovi di intreccio fra realtà "reale" e digitale in una prospettiva *multilife*» (Boccia Artieri, 2012, p. 114). Anche la genitorialità viene investita dal nuovo modo "digitale" di vivere la relazione in cui la riservatezza del privato si unisce all'apparizione e alla comparsa del Sé in pubblico.

Erving Goffman, sociologo canadese, aveva già ritratto il nuovo modo di vivere la quotidianità, insito nella società moderna, che è quello della rappresentazione. Con questo termine, introdotto nella sua opera "*The presentation of Self in Everyday Life*"¹⁵ del 1959, egli intende riferirsi a «tutta quell'attività di un individuo che si svolge durante il periodo caratterizzato dalla sua continua presenza dinanzi ad un particolare gruppo di osservatori e tale da avere una certa influenza su di essi» (Miceli, 2010). La vita quotidiana diventa un teatro in cui gli attori sociali interpretano un ruolo diverso ma sempre finalizzato alla manipolazione e al controllo delle impressioni esterne. Livolsi sostiene che: «il soggetto introietta (credendo di averli scelti o costruiti personalmente), come caratteri intimi e profondi, elementi presi dall'esterno, specialmente dal mondo simbolico narrato dai media [...] è attirato da quei tratti che sembrano assicurare immediata accettazione o successo sociale o che suggeriscono il modo (considerato) migliore per presentarsi agli altri» (Livolsi, 2000, p. 273). I social network vengono spesso criticati proprio perché la possibilità di aggiornare la propria immagine virtuale e modificarla a seconda delle condizioni ha lo scopo, secondo alcuni, di influenzare il parere altrui per ottenere la risposta che si desidera. I modelli che governano queste piattaforme, seguendo l'approccio goffmaniano, ci condizionano perché curare e modificare il profilo online che ci rappresenta è finalizzato ad ottenere l'approvazione e l'accettazione da parte degli altri. La possibilità di «mettere in chiave» (Goffman, 1974) le situazioni ci permette di afferrare l'idea che «le possibilità (spaziali, temporali, tematiche) dell'interazione quotidiana vengono trasformate dai dispositivi mediali» (Coul-dry, 2015, p. 64). Secondo il sociologo interazionista, è nella sfera privata che il soggetto può riflettere ed essere sé stesso (Romeo, 2011), ma se l'avvento dei new media ha sfumato sempre più i confini che dividevano il pubblico dal privato, forse anche nella nostra intimità rischiamo di indossare delle maschere per incontrare il favore degli altri? L'essere messi in mostra, ad esempio, non è più una questione che riguarda solo i momenti o i luoghi pubblici ma coinvolge anche la dimensione familiare: un genitore può decidere di mettere in mostra il proprio figlio attraverso una diretta sui *social*,

¹⁵ Trad. it. "La vita sociale come rappresentazione", 1986

o pubblicandone una foto, un video, un commento che lo riguarda. È fondamentale ricordare che non tutti i genitori sono presenti su queste piattaforme comunicative e anche questa “assenza” costituisce un valido punto di osservazione per quanto riguarda le nuove pratiche genitoriali che avvengono nella Rete. Inoltre, l’essere sui *social* non implica necessariamente l’essere *social*: “presenziare” online, cioè l’«insieme dei modi, potenziati dai media, in cui individui, gruppi e istituzioni mettono in circolazione informazioni su sé stessi e rappresentazioni di sé stessi, per il fine più generale di mantenere una presenza pubblica» (Couldy, 2015, p. 66), è una scelta che, per il momento, spetta al singolo. Sui *social*, infatti, non vi è obbligo di condivisione o interazione con gli altri e si può limitarsi ad osservare i comportamenti altrui.

Quando un genitore condivide informazioni, in qualsiasi modalità (video, audio ecc...) sul proprio figlio sta scegliendo di crearne una presenza pubblica e un archivio virtuale che serve a gestire nel tempo ciò che viene pubblicato, con l’obiettivo di dar vita ad una storia coerente e accettabile (Couldry, 2015). Come evidenziato da Boccia Artieri (2012): «nell’articolarsi di un mosaico di immagini familiari che vengono ogni minuto caricate sui siti di social network [...] troviamo le tracce visibili di modi di presentare sé stessi e di raccontarsi dei quali ci siamo ri-appropriati, capaci di contenere l’irriducibilità della soggettività e contemporaneamente essere accessibili, visibili, ricercabili e condivisi in pubblico» (Boccia Artieri, 2012, p. 163). Ma anche i genitori che non partecipano online o non abitano la Rete, contribuiscono a definire il loro personale modo di vivere la genitorialità. Un’altra prospettiva rilevante sulla quale porre l’attenzione è che la società odierna è costituita da una pluralità di famiglie, rappresentate al suo interno da genitori diversi e questo implica concezioni molteplici di *parenting*. Gli studio sulle nuove pratiche che coinvolgono i “minori” all’interno dei social media, rendono necessaria l’assunzione di svariati approcci che pongano al centro della loro attenzione i bambini, considerati come agenti attivi e «co-costruttori dell’infanzia e della società» (Corsaro, 2020, p. 60); i genitori, i quali si assumono la responsabilità educativa dei figli e possono diventare creatori di nuove culture partecipative e di svariati modelli di rappresentazione della genitorialità e dell’infanzia; e i social media, i territori abitati da persone e idee, che, teoricamente, esplicitano i molteplici approcci dell’educazione e della partecipazione.

Alla dimensione della rappresentazione è intrinsecamente correlata quella della riflessività: «come mi auto rappresento nel post che scrivo, nelle immagini che carico? Come costruisco il mio profilo pubblico in un social network?» (Boccia Artieri, 2012, p. 163). Nello spazio delle relazioni chiamato *Social Network Society*, l’esperienza individuale (in questo caso quella del genitore) trova significato negli «stati di connessione» (Boccia Artieri, 2012) sociali perché questi diventano il riflesso di un nuovo modo di conoscere, dialogare e confrontarsi reciprocamente. Ponendoci nell’ottica di una riflessione socio-pedagogica, è dunque necessario vagliare non solo i modi rappresentativi di definire

infanzia e genitorialità che i social media adottano e trasmettono, ma anche la riflessività insita nei processi di condivisione e creazione mediatica.

2.2 Per una definizione di *sharenting*

Dopo aver introdotto i temi riguardanti la rivoluzione della comunicazione nel contesto mediatico e i suoi effetti sulla genitorialità digitale, è giunto il momento di introdurre l'oggetto della presente ricerca (si veda il capitolo terzo per una ricostruzione della letteratura sul tema).

Tra le nuove pratiche mediali che i genitori adottano nel loro vivere la rete, vi è quella dello *sharenting*. L'introduzione di questo concetto nel lessico popolare e accademico si deve a Steven Leckart, scrittore, regista e giornalista, che nel 2012 in un articolo del "Wall Street Journal", parla per la prima volta di "*oversharenting*", un neologismo composto dai termini inglesi "*oversharing*" (condividere troppo) e "*parenting*" (genitorialità), per designare, con un'accezione negativa, il comportamento assunto dai genitori quando pubblicano online contenuti riguardanti i loro figli, in maniera eccessiva (Marasli et al., 2016). La questione risulta di importanza centrale perché riflette, a partire da come i genitori abitano il digitale, sul *digital parenting* e sulla costruzione delle *parenting practices*¹⁶, con le quali si allude alla possibilità, data anche dai new media, di stabilire nuovi modi di esprimere la genitorialità (Rossetti, 2023). Alberto Rossetti (2023), psicologo e psicoterapeuta, asserisce che le storie che ogni genitore racconta sui social media permettono a chi osserva di proiettarsi dentro la vita di numerose famiglie e, contemporaneamente, di vagliare la posizione occupata dalle tecnologie nella quotidianità familiare. L'autore prosegue il suo ragionamento sullo *sharenting* ammettendo l'attualità del fenomeno e il suo essere un tema di interesse pubblico perché può influenzare, positivamente o negativamente, la vita di chi osserva; in seconda istanza, egli afferma che questa pratica «non riguarda solo le foto e i video dei bambini, ma anche tutte quelle riflessioni, pensieri e storie relative al proprio essere genitori che inevitabilmente portano sulla scena anche i figli» (Rossetti, 2023). Rossetti invita a prestare attenzione alla facilità con cui si tende a inserire lo *sharenting* nei «sintomi della contemporaneità da debellare perché dannosi e pericolosi» (Rossetti, 2023).

3. Genitorialità digitale e *media panic*

Alla base del pensiero giudicante nei confronti dei genitori che, spesso, regna sui social media vi sono una serie di idee fuorvianti e stereotipate sulla genitorialità. Quest'ultima viene ancora pensata come un «mestiere», un fare professionalizzante che abilita al «lavoro genitoriale» (Gopnik, 2016, p. 9). Quest'idea, contrastante con quella che è la realtà della vita di un genitore, fatta di difficoltà, dubbi,

¹⁶ Pratiche genitoriali.

prese di decisione e responsabilità, fornisce un immaginario in cui la maternità e la paternità devono seguire dei modelli predefiniti, considerati “giusti”, delle ricette da manuale che possono garantire figli di successo. La diversità dei modi di pensare e di agire delle figure genitoriali palesa, al contrario, il fatto che esistono solo «genitori quasi perfetti» (Bettelheim, 1987), in cui il “quasi” è ciò che tiene aperta la porta della riflessività e della messa in discussione, aspetti che caratterizzano propriamente ogni intenzione e azione educativa. In definitiva, «se una formula esiste è che non ci sono formule» (Gopnik, 2016; Milani, 2018, p. 67) poiché l’obiettivo non deve essere plasmare il figlio, ma accudire stabilendo «una relazione umana profonda ed esclusiva e impegnandosi in un particolare genere di amore» (Gopnik, 2016, p. 15). È bene sottolineare inoltre che diventare genitori «è un processo [...] vuol dire entrare in una linea evolutiva trasformativa che continua per tutto il resto della vita» (Migliorini, 2014, capitolo 7, paragrafo 1).

Belsky, riprendendo la teoria dello sviluppo umano di Bronfenbrenner, giunge ad una sua definizione di genitorialità. Quest’ultima è la risultante di un insieme di fattori che si raggruppano in tre macro-categorie: i) le caratteristiche personali del genitore, i suoi pensieri e sentimenti in rapporto al figlio; ii) il comportamento e i bisogni di sviluppo del bambino; iii) le risorse sociali e contestuali che esercitano un’influenza indiretta sul *parenting* (tra i quali risaltano i social media) (Milani, 2018, p. 69). Da questi autori possiamo dedurre che la genitorialità è un concetto contraddistinto da complessità e dinamicità, con radici tanto biologiche quanto ambientali. Queste sono il risultato di un processo evolutivo che modifica col tempo e nei molteplici contesti le modalità di prendersi cura e di crescere un altro essere umano. L’Ordine degli psicologi della regione Emilia-Romagna (2009), coerentemente con il modo di dire “genitori non si nasce, si diventa”, definisce la genitorialità quale «funzione processuale, contestuale, relazionale, storica» (Milani & Moreno, 2020). Essere genitori è un processo che è strettamente legato al contesto storico-sociale e che è imperniato sulla relazione: non è una capacità innata ma frutto di un lungo percorso che coinvolge il genitore nella definizione e ridefinizione, nell’elaborazione e individuazione di nuove strategie e modalità di cura.

Questa breve rassegna sul concetto di *parenting* risulta necessaria per la comprensione di quello che è il discorso sociale prodotto dai diversi media e dai diversi soggetti che abitano le reti sociali per quanto riguarda la genitorialità, in particolare quella digitale, e il linguaggio mediatico su questi temi di interesse pubblico. L’idea di *parenting*, infatti, non fa riferimento solo all’intenzione e azione educativa in sé, ma anche a pratiche culturali, economiche, sociali e politiche: consideriamo ad esempio come i social media possono plasmare i nuovi modi di essere genitori, figli e famiglie, e abbiano il potere di incidere anche sull’istituzione di interventi a sostegno della genitorialità. I media, come evidenziato anche precedentemente, «giocano un ruolo prominente nelle famiglie con prole, dove vengono utilizzati dai genitori per educare, intrattenere, occupare e confortare i figli, ma anche per

imparare ad essere genitori migliori» (Gee, Takeuchi, Wartella, 2018, in Demozzi, Gigli, Cino, 2019, p. 84). Sharon Hays, introducendo il concetto di «genitorialità intensiva», osserva quali sono i modi sociali di valutare l'adeguatezza della pratica genitoriale: quest'ultima è interamente incentrata sul bambino e richiede un notevole investimento economico, di tempo e di energie emotive da parte del genitore. Questo modello culturale, come riportato da Hays, è prevalentemente materno (infatti ne parla usando il termine «*intensive motherhood*» ma alcuni studi successivi hanno dimostrato che oggi anche la paternità viene investita di questo arduo e intensivo compito) (Sità, 2017). Sità (2017) approfondisce affermando che:

il modello dell'*intensive parenting* è imperniato su una forma di determinismo parentale, ovvero l'idea che ciò che un genitore fa o non fa per il figlio nei primi anni di vita abbia conseguenze di cui i genitori sono responsabili; e si inserisce pienamente nella concezione neo-liberista che mette al centro la responsabilità dell'individuo per sé e per i soggetti dipendenti (in questo caso i bambini), e la necessità di assumere una consapevolezza del rischio che conduce a soppesare le conseguenze delle azioni nel presente (Sità, 2017, p. 45).

Sembra diffusa, anche se non predominante, questa tendenza a sovraccaricare il genitore di compiti e fatiche eccessive, rendendo la sua funzione estremamente laboriosa e difficoltosa. Ciò comporta l'idea, diffusa anche dai nuovi media, che ci siano attività genitoriali buone e cattive, genitori bravi e genitori incapaci, generando una pressione e uno stress non da poco. Questa panoramica, che si basa sulla colpevolizzazione delle figure materne e paterne, è alla base del discorso mediatico sulla genitorialità, anche quella digitale. Quest'ultima si riferisce alla familiarità dei genitori con i *digital device*, racchiudendo sia l'aspetto di governance di questi strumenti nell'uso quotidiano da parte di bambini e ragazzi, sia l'uso, proprio del genitore, che coinvolgendo il figlio, condivide la sua vita genitoriale sui *social*. Nel primo come nel secondo caso, il ruolo dell'adulto è fondamentale poiché funge da mediatore sia quando stabilisce delle regole per l'utilizzo delle tecnologie da parte del figlio, sia quando sceglie cosa pubblicare di quest'ultimo nei contesti mediatici. Ai genitori viene chiesta una sempre maggiore presenza nella gestione dei figli e del loro tempo che, oggi, si configura anche come tempo digitale. Addossare ogni responsabilità ai genitori e alla famiglia però, non è corretto: spesso, infatti, i genitori sono lasciati a sé stessi, senza delle linee guida coerenti e sensate che li indirizzino nelle pratiche di cura e di educazione dei figli. È bene ricordare che queste non devono essere delle regole o delle indicazioni da seguire alla lettera, ma degli spunti che possono orientare il processo genitoriale, ponendo al centro i bisogni e le esigenze dei bambini e anche dei genitori. Altra

questione da tener presente è che le informazioni che riceviamo, attraverso la Rete, vengono recuperate e interpretate, per la maggior parte, attraverso il filtro mediatico, che orienta il nostro modo di leggere e comprendere la realtà attraverso un'esperienza indiretta di quest'ultima.

A questo punto è doveroso fare riferimento ad un fenomeno, chiamato *moral panic* (in italiano “panico morale”), e al suo termine correlato *media panic* (in italiano “panico mediatico”). Il primo concetto è stato delineato da Stanley Cohen nel suo testo “*Folk Devils and Moral Panics*” del 1972 che si apre così:

societies appear to be subject, every now and then, to periods of moral panic. A condition, episode, person or group of persons emerges to become defined as a threat to societal values and interests; its nature is presented in a stylized and stereotypical fashion by the mass media; the moral barricades are manned by editors, bishops, politicians and other right-thinking people; socially accredited experts pronounce their diagnoses and solutions; ways of coping are evolved or (more often) resorted to; the condition then disappears, submerges or deteriorates and becomes more visible (Cohen, 1972, p. 1)¹⁷

Il panico morale è un fenomeno che coinvolge tutti gli attori sociali ed è particolarmente significativo, in questo caso, il ruolo svolto dai media nel mobilitare il consenso e la preoccupazione: le comunicazioni digitali attuali sono infatti molto appropriate per modellare le reazioni e incitare l'allarme. I social media sono dei perfetti «strumenti di produzione di panico»¹⁸ poiché le loro *affordances*¹⁹ intensificano la propensione all'ansia (Walsh, 2020). Il timore del cambiamento sociale e delle dinamiche comunicative-informative promosse dai social media, che coinvolgono soprattutto le nuove generazioni, sembra essere una delle cause che provocano l'ansia generalizzata e fuorviante su cui si basano il *moral* e il *media panic*. L'idea che le piattaforme multimediali siano responsabili di alcuni fallimenti morali quali l'obesità, il disimpegno, la dipendenza oppure in relazione ai videogiochi quali promotori di azioni violente, come ad esempio le sparatorie nelle scuole, fa parte ormai dei luoghi comuni che si sono creati con la diffusione e la propagazione delle piattaforme digitali (Walsh, 2020).

¹⁷ Trad. it. mia «Le società sembrano essere soggette, di tanto in tanto, a periodi di panico morale. Una condizione, un episodio, una persona o un gruppo di persone emerge per essere definito come una minaccia per i valori e gli interessi della società; la sua natura è presentata in modo stilizzato e stereotipato dai mass media; le barricate morali sono ammanate da editori, vescovi, politici e altre persone di destra; esperti socialmente accreditati pronunciano le loro diagnosi e soluzioni; i modi di coping si evolvono o (più spesso) si rincorrono; la condizione poi scompare, si immerge o si deteriora e diventa più visibile».

¹⁸ «Instruments of panic production»

¹⁹ Le *affordances* sono «simboli e segnali che permettono agli utenti di interagire ed esprimersi nei social media» (Gibson, 1966; 1977).

È vero che l'idea di panico morale si è sviluppata prima dell'ingresso dei social media, ma è indubbiamente assodato che gli ambienti digitali sono spazi che ne alimentano la portata, considerata la possibilità di raggiungere un pubblico più vasto rispetto a quello pensato da Cohen quando ha introdotto il concetto. Ma quali sono le caratteristiche, delineate dall'autore, che descrivono in maniera più coerente l'idea di *moral panic*? Il sociologo ne individua cinque che possono orientarci nell'identificazione di questo particolare fenomeno. Il primo è quello della preoccupazione, la convinzione che il comportamento di un gruppo di persone o un'attività sociale possa comportare dei danni e degli effetti negativi alla società; il secondo è quello dell'ostilità, secondo la quale si assume un capro espiatorio, chiamato da Cohen «*devil folk*» («demone popolare»²⁰), che diventa il colpevole della situazione, e questo genera un contrasto e una divisione tra “noi” e “loro”; il terzo è il consenso, poiché è necessario che questa dinamica allarmistica venga sentita da un insieme considerevole di attori sociali, in modo che essi la interpretino effettivamente come una minaccia. In questa fase è importante la divisione tra “difensori morali”, forti e uniti, e “demoni popolari”, deboli e divisi. Il quarto aspetto è quello della disproporzionalità, dato che la reazione è sempre più irrazionale, esagerata, severa e ingiustificata rispetto alla condizione (minaccia, rischio, comportamento) considerata allarmante; infine, vi è la volatilità del panico, che per sua natura è autolimitante, temporaneo e spasmodico, che brucia e si spegne da solo (Cohen, 2002).

A partire da questo quadro, in che modo il fenomeno descritto da Cohen trova spazio nei nuovi ambienti digitali e quale legame sussiste tra la genitorialità e il *media panic*? Per rispondere a queste domande possiamo fare riferimento a due prospettive: la prima che, riprendendo il pensiero di Hays, riguarda la percezione che i media offrono sulla genitorialità, e la seconda che invece osserva il modo in cui i genitori avvertono i rischi dell'esposizione dei figli online. La prima riflessione parte dalla considerazione che i “nuovi” genitori vengono talvolta sovraccaricati di aspettative sociali: pensiamo ad esempio al fatto che, secondo i media, un genitore per essere considerato “bravo” deve saper gestire vita lavorativa, famiglia e figli in un'ottica in cui la parola d'ordine è il sacrificio. Rileggere il ruolo genitoriale in un'ottica più umanizzante potrebbe contribuire non solo ad una crescita più serena dei figli²¹, ma anche al maggior benessere del genitore. I numerosi studi sul “buono sviluppo” del bambino, derivante da fattori genetici (in minima parte), fattori ambientali (in maggior parte), fattori

²⁰ Trad. mia.

²¹ Diversi studi hanno dimostrato l'esistenza di un legame tra il benessere soggettivo dei genitori e la soddisfazione dei figli rispetto alla vita in generale (Clair, 2012) e di una correlazione tra stress genitoriale e capacità di regolazione emotiva dei bambini e di un buon adattamento all'ambiente (Sperati et al., 2021). Lo stress genitoriale è infatti considerato un variabile ambientale di rischio (Neece et al., 2012), collegato ad una genitorialità meno reattiva, più autoritaria e negligente (Belsky, Woodward, & Crnic, 1996; Conger, Patterson, & Ge, 1996; Deater-Deckard & Scarr, 1996; McBride & Mills, 1994).

familiari (in gran parte) e dall'intreccio di questi (Milani, 2018), sono accompagnati da una non altrettanto approfondita ricerca sul ruolo che svolge il contesto nel determinare la genitorialità. Alcuni studi però, confermano la correlazione tra supporto sociale e stress genitoriale, dimostrando che bassi livelli del primo sono associati ad alti livelli di *parenting stress* e depressione (Park & Lee, 2022). Viene spontaneo chiedersi se i social media, gli attuali spazi relazionali per eccellenza di una buona parte di genitori, abbiano il potere di incidere positivamente sulla gestione dello stress genitoriale e sul processo di risignificazione della loro funzione, la quale agisce a sua volta sulle possibilità di sviluppo dei figli. I genitori vengono spesso etichettati come «anello debole» della società attuale, «adulescenti» (Ammaniti, 2015) o «infanti adultizzati» (D'Amato, 2008): ricordiamo, però, che quando si parla di piattaforme digitali, non è possibile fare riferimento a come si comportavano i “genitori di una volta”, poiché, come è stato più volte sottolineato, i cambiamenti subiti dalla famiglia e dalle interazioni comunicative ma anche l'introduzione di nuove pratiche, rappresentano delle sfide recenti, alle quali i genitori devono cercare di rispondere privi di modelli di riferimento precedenti. La pubblicazione di contenuti sui figli da parte dei genitori rappresenta un nuovo interrogativo la cui novità, a differenza di altre questioni che riguardano la cura e la crescita dei figli e che vengono trasmesse da una generazione all'altra di genitori, impedisce di vivere questa pratica con la sicurezza che l'osservazione di modelli genitoriali di riferimento può dare. Il fenomeno dello *sharenting* rappresenta quindi una questione profondamente attuale, che non può esaurirsi in una classificazione dei genitori, reputati “buoni” o “cattivi”, “competenti” o “incompetenti”, ma piuttosto deve partire da una nuova interpretazione che si inserisce nella cornice di significati del contesto socioculturale e familiare in cui questa pratica viene prodotta. Il secondo aspetto considerato è legato al fatto che, il mondo tecnologicamente connesso, prevede che il genitore gestisca la sua personale rete di relazioni e dispositivi e, al tempo stesso, si occupi della direzione dei figli online, intesi sia come soggetti presenti in prima persona (con un loro profilo *social* ad esempio) sia come soggetti coinvolti, in maniera forse più passiva, tramite le piattaforme proprie delle figure genitoriali (*sharenting*). Un ruolo fondamentale, nella *governance* dei dispositivi tecnologici da parte dei genitori, è svolto dalla percezione che essi hanno circa i possibili rischi legati all'inserimento dei figli in un ambiente digitale. Il “Pew Research Center”²², riporta i risultati di un sondaggio che ha coinvolto 3640 genitori americani con almeno un figlio di età inferiore ai 17 anni. Esso analizza il rapporto dei bambini con le tecnologie ma anche le attitudini e le preoccupazioni dei genitori circa l'uso del digitale nella vita dei “minori”. È interessante, in particolare, quali siano i principali timori dei partecipanti quando i bambini entrano in contatto con le piattaforme: il fatto che spendano troppo tempo di fronte agli schermi (71%), l'essere il *target* di predatori online (63%), l'accedere a contenuti violenti (59%) e sessuali espliciti (60%)

²² Disponibile al sito: <https://www.pewresearch.org/internet/2020/07/28/parenting-children-in-the-age-of-screens/>.

e infine che diventino vittime di bullismo o che vengano perseguitati (56%) (Pew Research Center, 2020). L'aspetto più rilevante di questo sondaggio, che presenta indubbiamente dei limiti (ad esempio il fatto che si considerino solo un gruppo di genitori americani), è che permette di pensare ai genitori non come "incapaci" ma persone che riflettono sulla dimensione digitale della vita dei figli e che hanno bisogno di un supporto sociale. Questo ruolo di confronto, soprattutto quando si parla dello *sharenting*, non può essere esercitato solo dai social media poiché «le narrative mediatiche con riferimento alla criminalità o ad altre forme di danni sociali tendono a presentare immaginari stereotipati o rischi esagerati» (Lavorgna & Tartari, 2023, p.35), influenzando la percezione del "pericolo" da parte del pubblico, genitoriale e non solo.

In altre parole, riflettere sul fenomeno dello *sharenting*, che verrà affrontato in maniera approfondita nei prossimi capitoli, richiede una chiara consapevolezza delle premesse finora affrontate che possiamo riassumere nel seguente modo: innanzitutto la rivoluzione digitale e comunicativa ha investito, in modo particolare, la famiglia e le dinamiche interne ad essa; in seconda istanza, sulle tematiche che afferiscono il digitale, i genitori si trovano in una situazione contraddittoria, precaria, instabile perché mancano delle direzioni condivise, dei percorsi coerenti e in linea con le esigenze delle figure genitoriali che a volte cadono nelle trappole allarmistiche e sensazionalistiche preparate dai media; infine, la rappresentazione che i social media diffondono sui genitori e sul loro modo di vivere la genitorialità, assume dei significati contrastanti e talvolta accusatori, relegando la responsabilità di qualsiasi azione o non azione alla coppia, senza tenere in considerazione il contesto e le politiche che dovrebbero rappresentare un supporto.

CAPITOLO II: E I BAMBINI? I RISCHI LEGATI ALLA “SPETTACOLARIZZAZIONE” DELL’INFANZIA

Riflettere sullo *sharenting* implica un’assunzione di consapevolezza sui possibili rischi che questa pratica può comportare: il furto d’identità, la questione etica riguardante i diritti del bambino che si sovrappongono a quelli del genitore, la pedopornografia, l’adescamento di minori online, il cyberbullismo e le sue ripercussioni psicologiche. Oltre a questi aspetti negativi più riconosciuti e consolidati, è bene affrontare anche il modo in cui i bambini vengono rappresentati attraverso le condivisioni da parte dei genitori e quale impatto possono avere sull’idea di infanzia all’interno del discorso pubblico. Questi aspetti, spesso esagerati dai media, non ci devono far perdere di vista il fine ultimo: interrogare il nostro sguardo sullo *sharenting* in una prospettiva multi-sfaccettata, che distingue i rischi dai pericoli effettivi e che permette di rivalutare questa pratica assumendo il punto di vista dei bambini, in quanto soggetti coinvolti nel fenomeno, e dei genitori, troppo spesso considerati colpevoli, incapaci e irragionevoli, senza considerare quindi le riflessioni, i dubbi e le motivazioni latenti di questa pratica. Nei prossimi paragrafi vengono presentati i rischi correlati allo *sharenting*: nel primo si analizzano le correlazioni tra la pratica presa in esame e la pedopornografia, il *child-grooming* e il *digital kidnapping*, temi ricorrenti nell’ambito della sicurezza digitale. Nel secondo si affronta un tema particolarmente rilevante che riguarda le contraddizioni dello *sharenting*, il quale genera delle discrepanze tra diritti del bambino (alla privacy, all’oblio e correlati) e del genitore (all’espressione). Nel terzo paragrafo ci si affaccia a quello che può essere il futuro dei bambini che hanno vissuto la condivisione in prima persona, con le vulnerabilità e le ripercussioni psicologiche che possono seguire al comportamento online dei genitori. A questo segue una riflessione sul processo di adultizzazione dei bambini che caratterizza la società e che può essere, a seconda delle interpretazioni e rappresentazioni, promosso anche attraverso lo *sharenting*. Nell’ultima parte si afferma, ancora una volta, l’importanza di non cedere alla tentazione di colpevolizzare i genitori. Tenendo presente che lo *sharenting* rappresenta una questione ancora aperta, che necessita di approfondimenti e considerazioni più incisive, è bene adottare un atteggiamento critico a riguardo, che permette di calibrare il significato dei rischi e delle opportunità.

1. Pedopornografia, *child-grooming* e *digital kidnapping*

Quando si parla di *sharenting*, uno dei timori più sentiti dai genitori e diffusi dai social media riguarda la possibilità che i contenuti pubblicati possano essere manipolati e usati da parte di terzi che possono usufruirne con finalità indebite. In particolare, una preoccupazione molto accesa è quella legata al

reato di pedofilia e all'adescamento online²³ di minori da parte di persone che sfruttano la Rete e le informazioni condivise dai genitori all'interno di questo spazio virtuale. Il *child-grooming*²⁴ indica il fenomeno in cui «il *cyber* raccoglie informazioni su un minore d'età o la sua famiglia, instaura con la vittima una connessione emotiva virtuale, che tuttavia cela scopi illeciti, quali pedopornografia, prostituzione minorile, abuso sessuale e traffico di bambini» (Volpato, 2016, p. 92). I malintenzionati usano la Rete come spazio relazionale che, attraverso luoghi digitali (*chat*, social network, app di *instant messaging*, siti e app di *dating*), gli permette di mettersi in contatto con i bambini, mentre la relazione sessuale può avvenire in live streaming o attraverso webcam (Maurino, n.d.). Come descrive Simona Maurino, psicologa di “Telefono Azzurro”, «l'adescamento online è un processo manipolativo e pianificato, interattivo e fluido, controllante e controllato, facilitato dalla mole di informazioni di sé che bambini e ragazzi condividono in Rete e che costituiscono importanti punti di partenza per agganciare la vittima» (Maurino, n.d., p. 14). Il termine inglese, con il significato di “prendersi cura”, ci permette di cogliere la mente calcolatrice e paziente del pedofilo che impiega anche molto tempo prima di riuscire ad avvicinare il bambino (Maurino, n.d.). Con l'introduzione nel panorama mediatico della pratica dello *sharenting*, non sono solo i “minori” a condividere contenuti che li riguardano, ma anche gli stessi genitori ne diventano creatori e distributori, elaborando un'identità virtuale fatta di immagini, video, commenti che possono facilitare un processo manipolatorio come quello del *child-grooming*. Come avviene offline, il bambino viene conquistato dalle lusinghe (o minacce) del pedofilo che dimostra di conoscere il suo nome, l'età o ciò che gli piace, con la differenza che online il malintenzionato può essere facilitato nella raccolta di dati perché adopera le informazioni pubblicate dagli stessi genitori.

Altra questione pertinente è, infatti, quella del *digital kidnapping*, in italiano furto d'identità o “sostituzione di persona”, le cui varie forme possono comportare danni sia per l'adulto sia per il bambino. L'hackeraggio dell'account, la creazione di persona e la costruzione di un nuovo soggetto digitale, sono delle forme di furto di dati che possono investire i bambini e i ragazzi non solo quando hanno un profilo sui social network o usano la Rete, ma anche quando i genitori praticano lo *sharenting* (Bonanomi, 2020). Gianluigi Bonanomi (2020), giornalista hi-tech e formatore italiano, sottolinea come la maggior parte dei pedofili non agiscano effettivamente come predatori ma piuttosto come fruitori delle immagini messe a disposizione all'interno della Rete, consumando, in segreto, materiale

²³ Si configura come reato dalla ratifica della Dichiarazione di Lanzarote (legge 172 del 1° ottobre 2022) che lo definisce: «qualsiasi atto volto a carpire la fiducia di un minore di anni sedici per scopi sessuali, attraverso artifici, lusinghe o minacce posti in essere anche mediante internet o altre reti e o mezzi di comunicazione» (Maurino, n.d., p. 14).

²⁴ Corrisponde in italiano all'adescamento di minore.

pedopornografico. Ciò viene confermato da Francesca Scandroglio, psicologa clinica e forense specializzata nell'area degli abusi all'infanzia, che, confermando quanto espresso da Bonanomi, afferma che è necessario superare certe idee stereotipate sui pedofili, tra cui il pensare a queste figure come «abusanti seriali»: molti di loro, infatti, agiscono per altri motivi quali possono essere l'esibizionismo, il voyerismo o altre gratificazioni (Scandroglio, n.d.). Un altro modo per il pedofilo di raggiungere il suo obiettivo è quello di creare falsi profili di adolescenti o preadolescenti in modo che i bambini o i ragazzi abbassino le loro difese sapendo di parlare con un "coetaneo" (Bonanomi, 2020). Generalmente, infatti, ci si fida di più di chi si conosce rispetto a chi è estraneo: talvolta, questo spinge il pedofilo a rapportarsi anche con la famiglia, con l'obiettivo di rendersi "persona di fiducia" che difficilmente potrebbe compiere un atto simile. La definizione dei ricercatori Craven, Brown e Gilchrist (2006) mette in luce anche questo, poiché chiarisce come il *grooming* sia «un processo attraverso il quale una persona prepara un bambino, i suoi adulti di riferimento e l'ambiente per l'abuso di questo bambino. Gli obiettivi specifici includono l'ottenere accesso al minore, godere della sua approvazione e far sì che mantenga il segreto per evitare di essere scoperto. [...] Serve a proteggere il modello offensivo dell'autore del reato, in quanto può essere utilizzato come mezzo per giustificare o negare le sue azioni» (Bonanomi, 2020, pp. 51-51). Manipolare anche gli adulti di riferimento del bambino e proteggersi nel caso in cui quest'ultimo confessi quanto subito, è un aspetto particolarmente rilevante per l'autore del reato, ben consapevole delle conseguenze a livello di stigma sociale che lo colpirebbero.

Questa breve introduzione a queste pratiche illegali e pericolose per i minori, ha voluto sottolineare che la pratica dello *sharenting* rischia di fornire un archivio digitale che facilita l'adescatore nel suo percorso di avvicinamento alla vittima.

2. Genitore o bambino: quali diritti?

Un tema che ha assunto una nuova peculiare importanza con l'ingresso dei new media e dei social media e in seguito ad una rinnovata attenzione per il rapporto tra l'uomo e la tecnologia è quello della privacy²⁵. Il progresso tecnologico della società e l'avvento delle nuove modalità di comunicazione digitale hanno segnato un progressivo indebolimento della capacità del singolo di controllare e gestire le informazioni personali, che siano condivise consapevolmente dal soggetto o meno. Si è reso quindi

²⁵ «Il termine inglese privacy, che significa "riservatezza", è diventato di uso comune per indicare la sfera privata di ogni individuo e, in particolare, quell'insieme di informazioni personali sulle quali desideriamo mantenere il riserbo, escludendone l'accesso ad altri» (Zizi, 2006).

necessario un quadro normativo che potesse rispondere all'esigenza di fare chiarezza, di rendere trasparente il modo in cui i dati vengono utilizzati e, soprattutto, di istituire delle norme a tutela della persona e della sua riservatezza.

Il concetto di privacy è stato introdotto nel contesto giuridico statunitense di fine Ottocento dagli avvocati Louis Brandeis e Samuel Warren, nel loro saggio "*The right to privacy*" (1890), e inteso come «*the right to be let alone*»²⁶ (Braindes & Warren, 1890, in Nairn & Monkogol, 2007, p. 295; Goshadze, 2020). La Conferenza di Teheran (1968), insieme alla Dichiarazione ad essa succeduta, segnano l'inizio di un ripensamento del rapporto tra tecnologia e diritti umani poiché viene riconosciuto che «tutte le possibili implicazioni del progresso scientifico-tecnologico potevano impattare negativamente i diritti dell'uomo» (Ruggiu, 2012, p. 25); è in questo contesto che acquisisce un significato diverso la protezione della privacy. La Convenzione di Strasburgo del 1981 rappresenta, però, il principale strumento giuridicamente vincolante in materia, e afferisce sia il trattamento di dati nel settore privato sia in quello pubblico. L'articolo numero 1 afferma che «lo scopo della presente Convenzione è quello di garantire, sul territorio di ciascuna Parte, ad ogni persona fisica, quali che siano la sua nazionalità o la sua residenza, il rispetto dei suoi diritti e delle sue libertà fondamentali, e in particolare del suo diritto alla vita privata, in relazione all'elaborazione automatica dei dati a carattere personale che la riguardano («protezione dei dati»)»²⁷.

Per ciò che attiene specificatamente la privacy dei "minori" ci si può servire di una legge federale propria degli Stati Uniti: il "*Children's Online Privacy Protection Act*" (COPPA) del 1998. Questa impone specifici vincoli ai servizi digitali e ai siti *web* sulla questione della riservatezza del bambino: i limiti principali sono legati alla necessità dell'ottenimento del consenso del genitore per poter usufruire dei dati del "minore" senza ulteriori restrizioni e l'impossibilità per qualsiasi persona giuridica di trattare informazioni proprie di bambini di età inferiore ai 13 anni. Vengono dunque delegate al genitore, in maniera esclusiva, le responsabilità della protezione del miglior interesse del figlio online.

Nel contesto Europeo invece, con la nuova regolamentazione, il *General Data Protection Regulation*²⁸ (GDPR), che si ispira al modello statunitense, i bambini al di sotto dei 16 anni (in alcuni Stati i minori di 13) non sono ammessi all'interno dei servizi digitali, quali social network o servizi di messaggistica (art. 8). Inoltre, ancora una volta viene richiesto il consenso da parte del genitore per

²⁶ Trad. mia "Il diritto di essere lasciato solo".

²⁷ Disponibile al sito: <https://rm.coe.int/CoERMPublicCommonSearchServices/DisplayDCTMContent?documentId=0900001680078c45>.

²⁸ Regolamento 2016/679.

quanto concerne il trattamento delle informazioni personali del figlio, tranne quando si tratta di trattamento giuridico (Plunkett, 2020). È fondamentale, però, citare l'articolo 12 della Convenzione ONU sui diritti dell'infanzia e dell'adolescenza²⁹, che «prevede il diritto dei bambini a essere ascoltati in tutti i processi decisionali che li riguardano, e il corrispondente dovere, per gli adulti, di tenerne in adeguata considerazione le opinioni» (Unicef, n.d.). Le figure genitoriali devono pertanto pensare ed agire come garanti della sicurezza e del benessere dei bambini, ma non devono mai dimenticare di tenere in debita considerazione anche il loro pensiero sulle questioni che li interessano direttamente o indirettamente.

Anche il governo italiano ha predisposto alcune leggi a tutela dei dati personali, tra cui la legge 633/1941, nota anche come “Legge sul copyright”, all'articolo 96 impone che «il ritratto di una persona non può essere esposto, riprodotto o messo in commercio senza il consenso di questa» (Bonanomi, 2020, p. 46). Consenso che è impossibile chiedere ad un bambino non ancora nato, o comunque ad un “minore” senza parola; sembra esserci un buco legislativo di non poco conto che permette ai genitori di pubblicare, volendo, anche in maniera arbitraria materiale riguardante i figli (Bonanomi, 2020). Secondo il quadro normativo illustrato, il genitore rimane la principale figura garante e responsabile del diritto alla privacy del bambino: pensiamo ad esempio alle istituzioni scolastiche che richiedono il consenso informato del genitore ogni qualvolta debbano essere utilizzati dei contenuti che riguardano il figlio. Allo stesso modo, nei contesti mediali, è il genitore ad acconsentire all'uso di dati personali del “minore” da parte dei siti web e dei servizi digitali che lo richiedono.

Alla luce di questo panorama di regolamentazioni in tema di privacy, risulta pertinente il punto di vista di Leah A. Plunkett (2020), direttrice esecutiva della Harvard Law School Online e decano associato di “*Learning Experience and Innovation*” presso la medesima università. Attraverso la metafora del «*Magic Wardrobe*» (“Armadio Magico”), l'autrice cerca di chiarire il modo in cui le informazioni che ciascuno produce vengono trasmesse e adoperate dagli attori che governano la Rete, chiamati in questo specifico caso “*big data thief*” (ladri di dati). L'«armadio magico» (web e social media) fa una copia di tutti i vestiti (dati) del bambino e invia ogni giorno al genitore i migliori abbinamenti di *outfit*; allo stesso modo, però, l'armadio sta raccogliendo anche altre informazioni senza che il genitore se ne renda conto. Plunkett si rivolge ad un suo presunto genitore lettore, affermando che quello che fa quando pratica lo *sharenting* è simile a ciò che avviene con l'armadio magico:

²⁹ La “Convention on the Rights of the Child” (CRC) viene approvata dall'Assemblea Generale delle Nazioni Unite il 20 novembre 1989, e ratificata dall'Italia il 27 maggio 1991 con la Legge n. 176.

In exchange for free or inexpensive access to efficient, engaging, interactive digital services and products, you are sharing an ever-expanding amount of your children's personal information with those tech providers. You likely don't realize how much data you are sharing or how that tech provider can use your children's information and allow an indeterminate number of unidentifiable third parties to use it too. We don't need make-believe to find ourselves in a veritable Fantasia of spying objects³⁰ (Plunkett, 2020, p. 31).

Plunkett è risoluta nel considerare la sicurezza un paradigma assai distante da quelli che sono i principi che muovono la Rete e i suoi principali attori sociali. In questo contesto, a suo avviso, il fenomeno dello *sharenting* mette i bambini in una posizione scomoda perché, a volte ancor prima di nascere, essi diventano i “vestiti” che riempiono l’“armadio” chiamato web.

2.1 Il diritto all'oblio nelle piattaforme del “niente è perduto per sempre”

Il Garante per la protezione dei dati personali ha opportunamente rivelato che:

non esiste più una separazione fra vita online e quella offline. Quello che scrivi e le immagini che pubblichi sui social network hanno quasi sempre un riflesso diretto sulla vita di tutti i giorni e nei rapporti con amici, familiari, compagni di classe, colleghi di lavoro. È bene ricordare che l'effetto non può essere necessariamente immediato, ma anche ritardato nel tempo. [...] I dati personali immessi nei *social* possono essere registrati da tutti i contatti e dai componenti dei gruppi a cui si è aderito, rielaborati e diffusi, anche a distanza di anni (Volpato, 2016, p. 93).

Il tema della privacy si intreccia infatti a quello del diritto all'oblio³¹: è vero che i social network prevedono di poter cancellare, su richiesta o autonomamente, *post* o informazioni che non si vuole rimangano di dominio pubblico, ma è altrettanto vero che non è possibile eliminare totalmente un contenuto che viene ad esempio salvato da altre persone nei loro dispositivi. In definitiva, l'immediatezza della tecnologia e quello che permette di fare nella pratica non sempre corrispondono ad un

³⁰ Trad. it. mia: “In cambio di un accesso gratuito o economico a servizi e prodotti digitali efficienti, coinvolgenti e interattivi, stai condividendo una quantità sempre più espansa di informazioni personali dei tuoi figli con quei fornitori di tecnologia. Probabilmente non ti rendi conto di quanti dati stai condividendo o di come quel fornitore di tecnologia può utilizzare le informazioni dei tuoi figli e consentire anche a un numero indeterminato di terze parti non identificabili di utilizzarle. Non abbiamo bisogno di finzione per trovarci in una vera e propria Fantasia di oggetti di spionaggio”.

³¹ «Il "diritto all'oblio" è un termine comunemente utilizzato per indicare un diritto istituito per la prima volta nel maggio 2014 nell'Unione europea a seguito della sentenza della Corte di giustizia europea. La Corte ha stabilito che la legge europea per la protezione dei dati conferisce ai privati il diritto di richiedere ai motori di ricerca come Google di rimuovere determinati risultati relativi a query correlate al nome di un utente» (Google, 2023).

suo utilizzo etico e rispettoso della persona e della sua immagine. Prendiamo ad esempio, la tendenza ad utilizzare la funzione “*screenshot*”, che permette di catturare lo schermo di un dispositivo tecnologico (computer, smartphone ecc...) in maniera istantanea, per registrare o fotografare ciò che viene visto in un preciso momento; questo rappresenta un possibile vincolo alla protezione della privacy e ai diritti ad essa correlati. I *social* danno anche la possibilità di salvare le foto pubblicate da altre persone e ripostarle, rendendo vulnerabile la privacy dei bambini (Goshadze, 2020): è risaputo, infatti, che sono molti i casi di utilizzo improprio delle informazioni messe a disposizione in rete.

Ad avvalorare queste considerazioni ci pensa un report dell’Unesco del 2015 intitolato “*Countering Online Hate Speech*”, che individua le quattro differenze tra l’*online speech* e l’*hate speech* tradizionale: la permanenza dell’odio, il ritorno dell’odio, l’anonimato e la transnazionalità. La permanenza dell’odio è riconducibile allo stazionamento di quest’ultimo all’interno della rete per un tempo indefinito e alla sua possibilità di manifestarsi sotto molteplici forme. La seconda differenza si riferisce al fatto che l’odio può ritornare successivamente, in maniera imprevedibile e in nuove vesti o in altre piattaforme. L’anonimato consente agli utenti di liberare i propri pensieri, opinioni e sentimenti poiché convinti di non poter essere identificati e scoperti. Infine, la transnazionalità che rende conto della portata del fenomeno, complica la questione dell’odio online e limita la possibilità di individuare meccanismi legali in grado di combatterlo (Ziccardi, 2016). Anche se l’*hate speech* non rientra strettamente nel dibattito sullo *sharenting*, le caratteristiche individuate fungono da spunto per una riflessione sugli aspetti da tenere a mente quando si decide di pubblicare sui social media contenuti riguardanti i propri figli. La permanenza dei contenuti, che possono essere ripostati, condivisi, salvati da chiunque ne abbia accesso, così come la possibilità che, anche una volta cancellati, questi possano ripresentarsi in forme e spazi alternativi e con finalità diverse rispetto a quelle del condivisore originale, testimoniano quanto lo *sharenting* non sia una pratica da sottovalutare. Il fatto che gli utenti della rete si sentano più liberi di esprimersi, perché percepiscono l’ambiente digitale come uno spazio sicuro in cui vi sono meno ripercussioni e conseguenze, rende i soggetti esposti più a rischio di essere offesi, discriminati o bullizzati. Infine, la transnazionalità dello *sharenting*, così come quella dell’odio online, data l’ampia portata della rete, rende più ostico stabilire dei confini legali e giuridici che supportino un utilizzo consapevole della rete, contribuendo dunque ad una maggiore complessità del fenomeno oggetto d’esame.

A questo punto viene da chiedersi quanto effettivamente il diritto all’oblio possa considerarsi applicabile in un contesto in cui chiunque voglia può raccogliere contenuti pubblicati da altri, tranquillamente sul proprio dispositivo digitale. Il diritto ad essere dimenticati quindi non è poi così praticabile come si può pensare, considerando che, anche se le linee giuridiche affidano ai genitori la responsa-

bilità di gestire qualsiasi sfera del figlio, anche quella dei diritti alla privacy, essi sono spesso «giuridicamente incapaci di occuparsene personalmente» e dovrebbero riflettere sul fatto che, una volta pubblicato un contenuto che riguarda minori d'età, «sarà estremamente arduo controllare i soggetti che vi avranno accesso» (Volpato, 2016, p. 96). Pertanto, assume un valore significativo anche la responsabilità dei singoli utenti della rete e la trasparenza dei social media.

Avendo ben chiaro il presupposto che «virtuale è reale [...], le parole hanno delle conseguenze e condividere è una responsabilità» (Parole Ostili, n.d.), è palese che quando si abita la rete è doveroso assumere un atteggiamento critico e rispettoso che tenga in debita considerazione la dignità di ciascuno. Nel caso dello *sharenting* questo si traduce nell'estensione della responsabilità che dai genitori va via via coinvolgendo la società tutta in un processo orientato a rendere le persone consapevoli che le azioni online, tanto quanto quelle offline, possono avere conseguenze e incidere su altri soggetti in maniera positiva come negativa. È bene dunque affrontare questa nuova pratica digitale che ha come protagonisti genitori e bambini, assumendo uno sguardo interessato a coglierne la profondità e il ruolo che ciascuno gioca nel definire quelle che sono le “buone” o le “cattive” *parenting practices* all'interno del palcoscenico mediatico.

2.2 Diritti che si sovrappongono: quali riflessioni?

Una delle domande che muove principalmente il dibattito sullo *sharenting* è l'urgenza di chiarire il confine tra i diritti dei bambini e quelli del genitore: dove finisce il diritto all'espressione dei genitori e inizia quello alla privacy del “minore”? Tentare di rispondere a questa domanda significa non avere la presunzione di determinare ciò che è giusto e ciò che è sbagliato, ma aprire nuovi orizzonti di significato in un'ottica costruttiva che muove a partire dalla tutela dell'infanzia e della genitorialità nelle loro molteplici forme e declinazioni.

Un documento, non così recente ma non per questo irrilevante, che può essere d'ispirazione per i temi trattati anche riferendosi a tecnologie molto diverse da quelle attuali e rivolgendosi ad esperti della comunicazione, è la Carta di Treviso. Redatta nel 1990 dall'Ordine dei Giornalisti, dalla Federazione Nazionale della Stampa Italiana e da Telefono Azzurro, essa è «un testo estremamente rilevante per riflettere sulla tutela dell'infanzia nell'era attuale [...] [e] rappresenta oggi l'ultimo documento in ambito italiano che si propone di tutelare l'infanzia dalla rappresentazione dei media» (Di Bari, 2017). Secondo la Carta, il “maggior interesse” del bambino deve essere il focus primario in tutte le azioni riguardanti i “minori” ed è importante che «di fronte ad un genitore che, intenzionalmente, decide di pubblicare foto o video del proprio figlio, [...] il professionista della comunicazione [rifletta] sulla reale necessità di questa azione» (Di Bari, 2017, p. 263). Il documento suggerisce di formare anche i giornalisti online e quindi, si può aggiungere, fare in modo che possano contribuire alla riflessione

sullo *sharenting*, senza la pretesa di giudicare aprioristicamente un comportamento come “corretto” o “scorretto”: questa valutazione stereotipata nasce soprattutto quando vengono ignorati aspetti estremamente rilevanti quali possono essere le opinioni del bambino, le difficoltà per un genitore di comprendere le *policy* dei social network e di informarsi sulla sicurezza online, e la considerazione del parere di esperti provenienti da differenti discipline che possano offrire molteplici punti di vista a questo fenomeno sempre più attuale.

3. Guardando al futuro: vulnerabilità e ripercussioni psicologiche

I siti di social network offrono alle madri e ai padri la possibilità di tenere le loro reti relazionali virtuali informate sulla vita dei loro figli, dalla gravidanza (ecografie, foto della pancia, ecc...) alla nascita (parto, foto del neonato con la mamma o il papà, ecc...), dai primi passi del bambino agli altri momenti cruciali della sua crescita e del suo sviluppo (Latipah et al., 2020). La fase dell'adolescenza è contraddistinta da transizioni fondamentali, da cambiamenti delle caratteristiche fisiche, psicologiche ed emozionali, e delle relazioni con sé, con i pari, con il mondo e con la famiglia e le figure genitoriali. Questo periodo della vita è, invero, una fase evolutiva che prevede il passaggio impegnativo dall'infanzia all'età adulta e che è caratterizzata da svariati bisogni psicosociali quali quello di intimità, sessualità, autonomia, identità e autorealizzazione (Walrave et al., 2022). Nel processo di costruzione identitaria, per l'adolescente è significativo assumere il potere di prendere decisioni che riguardano la sua vita, che prima erano sotto la giurisdizione dei genitori (Laursen & Collins, 2009). «This need for more autonomy is related to young people's need for identity, their need to discover who they are, who they want to become, and how they fit the world they live in»³², affermano Steinberg e Morris (2001) (Walrave et al., 2022, p. 2). Lo sviluppo del senso del sé si unisce alla sperimentazione di molteplici modi di presentarsi agli altri e all'esplorazione della propria identità, con l'elaborazione di credenze e convinzioni personali. Gli adolescenti sono al contempo consapevoli che le altre persone possono avere immagini differenti di loro e che possono influenzare la loro percezione attraverso il modo in cui si comportano e si presentano (Steinberg, 2013). Essi rappresentano il loro sé anche online, esponendosi ai *feedback* dei coetanei e degli attori della Rete; per gli adolescenti è imprescindibile quindi, data l'importanza assegnata al gruppo dei pari, valutare attentamente ciò che viene pubblicato sui social network. Diversi studiosi (Ouvrein & Verswijvel, 2019; Lipu & Siibak, 2019; Volpato, 2016) hanno evidenziato come le rivelazioni dei genitori online potrebbero non corrispondere a come gli adolescenti vogliono rappresentarsi sui social network, e, conseguentemente, potrebbero crearsi dei contrasti tra le due parti. Da una ricerca di Davidson e Wall (2018) si evince

³² Trad. it. mia: “Questo bisogno di maggiore autonomia è legato al bisogno di identità dei giovani, al loro bisogno di scoprire chi sono, chi vogliono diventare, e come si adattano al mondo in cui vivono”.

che potrebbero sorgere potenziali conflitti tra l'*impression management* fornito online dal genitore e la limitata autonomia per gli adolescenti di sviluppare la loro identità. Dai risultati del focus group con adolescenti tra i 12 e i 14 anni, condotto da Ouvrein e Verswijvel (2019) dell'Università di Antwerp in Belgio, si desume che i ragazzi, nonostante comprendano le ragioni del comportamento dei genitori e credano nelle loro buone intenzioni, esprimono preoccupazione per questo comportamento assunto dalle figure genitoriali. La metà degli intervistati di Ouvrein e Verswijvel ha affermato di aver paura per i contenuti condivisi dai genitori, soprattutto le foto imbarazzanti, buffe o con momenti di nudità. L'accettazione dei pari è un aspetto di particolare rilievo per i giovani, a partire dalla paura di essere valutato negativamente e ricevere commenti offensivi fino a diventare vittime di bullismo e di cyberbullismo; guardando al futuro, gli intervistati esprimono inoltre il timore che le informazioni presenti online possano inficiare le future possibilità lavorative, sociali o relazionali. Ad esempio, uno studio condotto da Adecco in collaborazione con l'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano (2019) ha dimostrato che una buona parte dei datori di lavoro quando cercano del personale da inserire nel loro gruppo professionale si servono delle informazioni presenti sui social network per selezionare le persone idonee e quelle da scartare. L'esistenza di un'identità virtuale non creata e voluta dall'adolescente può quindi incidere sulla sua sicurezza psicologica e sul modo in cui anche le figure professionali, attraverso i video, le foto, i commenti, si immaginano il candidato a quell'occupazione lavorativa.

Come evidenziato anche nel paragrafo precedente, vi è poi da presentare attenzione al fatto che poter salvare le foto, catturare lo schermo del dispositivo tecnologico o ricondividere un post, comportano l'estrema difficoltà o impossibilità di eliminare definitivamente i contenuti postati sui social network. Questo significa che, anche a distanza di tempo, le informazioni personali che vengono diffuse online rimangono a portata di tutti e i soggetti ritratti rimangono esposti al giudizio di chiunque. Nel 2013 una scoperta allarmante è stata l'esistenza di un gruppo Facebook chiamato "*Toddler Bashing*", riportato anche da "Huffington Post", laddove venivano caricate delle immagini di bambini ritenuti "brutti", prese da altri account Facebook: gli utenti del gruppo digitale commentavano e ridicolizzavano i bambini ritratti nelle immagini, l'identità dei quali, attraverso le offese e gli insulti ricevuti ingiustamente, veniva compromessa. Così commenta l'affronto la madre di un bambino vittima di queste derisioni:

So, I'm posting pictures of my [kids], just naively posting it up there so my friends can see, not realizing there's a group that takes these pictures and targets these children and makes

fun of them. Like that's just something I wouldn't even think a mother or grown woman would do³³ (Huffington Post, 2013).

La pubblicazione di certe foto potrebbe quindi esporre i “minori” alle prese di mira dei bulli, che troverebbero nel materiale online un supporto al proprio comportamento denigratorio e prevaricante (Bonanomi, 2020).

4. Ci siamo persi l'infanzia: i bambini adultizzati

La storia dell'infanzia, categoria che «compare e scompare nel tempo» (Postman, 2005), insegna che spesso le forme di violazione non sono così palesi come si crede, ma piuttosto latenti, invisibili agli occhi di chi non osserva e ascolta con attenzione e rispetto ciò che i bambini hanno da dire. Demozzi (2017), Professoressa associata in “*Pedagogia generale, sociale e Filosofia dell'educazione*” presso il Dipartimento di Scienze dell'Educazione dell'Università di Bologna, recuperando il pensiero di Contini (2016), professoressa ordinaria di “*Pedagogia generale e sociale*” e di “*Pedagogia dell'infanzia e delle famiglie*” presso la facoltà di Scienze della Formazione di Bologna, ci ricorda che «in ogni tempo le condizioni di vita dei soggetti socialmente più deboli in termini di potere- e l'infanzia (*in-fans*), senza parola, rientra tra questi- dipendono totalmente dai voleri dei soggetti più forti e dal riconoscimento o meno, da parte di questi, dei loro diritti» (Demozzi, 2017, p. 66). Questo rapporto subordinante, in cui il bambino viene sempre visto come “minore” in qualcosa rispetto all'adulto, permea anche la società Occidentale, nota per il riconoscimento dei diritti fondamentali del bambino³⁴, che progressivamente ha misconosciuto gli stessi privilegi stabiliti, data la permanenza di «schegge di pedagogia nera» (Demozzi, 2016; 2017). In una società che sembra prodigarsi per i diritti umani, come quella Occidentale, si manifestano in realtà diverse mancanze e traspare un'osservazione precaria dell'ambiente dell'infanzia e dei bambini che lo vivono. Pensandoci bene, le “infanzie” occidentali sembrano occupare posizioni privilegiate rispetto all'incuria, all'indifferenza e alla crudeltà a cui altri bambini, ancora oggi, vengono esposti quotidianamente (Demozzi, 2017): come recita il video-documentario “*Corpi bambini. Sprechi di Infanzie*” (IbcMovie, 2013) «i nostri bambini stanno bene, sono curati, ben nutriti, frequentano scuole e servizi educativi di qualità» (Contini &

³³ Trad. it. mia: “Quindi sto postando le foto dei miei [bambini], sto solo pubblicando ingenuamente in modo che i miei amici possano vedere, non rendendomi conto che c'è un gruppo che scatta queste foto e prende di mira questi bambini e li prende in giro. È qualcosa che non avrei mai pensato una madre o una donna adulta potesse fare”.

³⁴ Nel 1959, l'Assemblea Generale delle Nazioni Unite ha adottato la Dichiarazione dei diritti del fanciullo. Questo è stato il primo documento internazionale sulla protezione dei diritti dei bambini volto a proteggere la posizione dell'infanzia nel mondo. Successivamente, la Convenzione Onu sui diritti dell'infanzia (CRC) nel 1989 decreta i diritti inviolabili di ogni bambino. Con la CRC «la società adulta riconosce, per la prima volta, i bambini e le bambine come cittadini portatori individuali dei loro diritti, il primo tra tutti, quello di avere un'infanzia» (Demozzi, 2017, p. 66).

Demozzi, 2016). La cultura dei diritti umani ha indubbiamente trasformato il «sentimento dell'infanzia» (Ariés, 1994), riconoscendo i bambini come soggetti. Però, non è scemata la tentazione da parte degli adulti di «osservare i bambini [esclusivamente] in una prospettiva futura, ossia guardando a ciò che diventeranno, futuri adulti che avranno una posizione nell'ordine sociale e ad esso dovranno dare il loro contributo» (Corsaro, 2020, p. 40). William Corsaro, sociologo americano, ribadisce il fatto che è raro lo sforzo di guardare all'infanzia nel suo presente, fatto di bisogni e desideri propri: è quindi necessario decostruirne il senso comune, alimentato dalla convinzione che l'infanzia sia una fase preparatoria alla vita adulta e che i bambini siano adulti in fiero, come più comunemente risulta, tanto nel discorso mediatico quanto in quello politico, come “il nostro futuro”. Maturare uno sguardo attento ai dettagli e a ciò che viene taciuto è alla base della riconsiderazione dell'infanzia non come categoria funzionale, ma come «forma strutturale» (Corsaro, 2020) della società, superando il paradigma teorico dello “sviluppo”, che mantiene i bambini in una posizione subordinata rispetto a quella degli adulti. D'Amato (2014) afferma che «i bambini sono sempre esistiti ma l'infanzia no»: il riconoscimento dei primi come cittadini, portatori individuali dei loro diritti, è di fondamentale rilievo per la creazione della seconda, ma non è sufficiente poiché i bambini come prerequisito imprescindibile devono vedere dichiarato e praticato il loro diritto di avere l'infanzia (Contini & Demozzi, 2016). L'adultizzazione, in cui i piccoli hanno «occhi adulti in volti bambini» (Contini & Demozzi, 2016), che caratterizza la società attuale in maniera diversa rispetto al passato, dimostra come gli adulti fanno ancora fatica a prendersi cura dei bambini. Massimiliano Stramaglia, professore ordinario di “*Pedagogia generale e sociale*” presso l'Università di Macerata, ha acutamente definito gli adulti come «spettatori di infanzie», infanzie smarrite e non vissute, perché «i bambini che non possono essere bambini saranno adulti incapaci di essere adulti, alla ricerca della felicità nell'infanzia perduta che non torna e, pertanto, si vendica» (Stramaglia, 2016, p. 56). Egli presta attenzione al rischio che generare piccoli adulti in corpi bambini comporta: significa cioè gravare su di loro con compiti, aspettative e responsabilità in contrasto con la spensieratezza, l'innocenza e la gioia sulle quali, invece, l'infanzia dovrebbe essere improntata e costruita. La cultura occidentale ha, dunque, identificato nel mondo dei bambini una proiezione di quello degli adulti, incoraggiandone l'assunzione delle forme, degli interessi e delle attività: i “piccoli” devono adattarsi ai ritmi e ai comportamenti dei “grandi”, in cui i tempi distesi sono inesistenti. Secondo D'Amato (2014) «gli analoghi modi di parlare, divertirsi, vestirsi di adulti e bambini sono l'esemplificazione immediata della mancata assunzione di responsabilità da parte della coppia genitoriale» (D'Amato, 2014, p. 38). In definitiva, «chiedere ai bambini e alle bambine di essere ciò che non sono, ovvero trasformarli in piccoli adulti, è come chiedere di salire su uno sgabello troppo alto per loro, limitandosi ad osservare dall'esterno i tentativi goffi e ostinati che i bambini fanno per arrivare in cima» (Contini e Demozzi, 2016).

La promiscuità della cura è evidente, secondo Contini e Demozzi (2016), anche nella spettacolarizzazione dei bambini di cui gli adulti, schiavi della performatività e del consumo, ne diventano gli «impresari da circo». Questi «corpi bambini, [veri e propri oggetti da esibire], diventano modelli affascinanti di identificazione su cui i loro coetanei proiettano le loro speranze e aspirazioni» (Contini & Demozzi, 2016), e non solo; infatti, anche i “grandi” sembrano affascinati da questi piccoli adulti, alla quale si ritrovano accomunati dallo stesso modo di vestire, dai medesimi pensieri e atteggiamenti, dall’uguale identità di consumatori e consumati dall’industria del conformismo e della capitalizzazione. Lo confermano anche Grazia Romanazzi e Tommaso Farina (2020), ricercatori in “*Pedagogia Generale e Sociale*” presso l’Università degli Studi di Macerata, che esordiscono affermando che «narcisismo, spettacolarizzazione e performatività hanno “deviato” anche l’infanzia, spesso defraudata della sua fisiologica e sana peculiarità, e, paradossalmente, adultizzata da una società di eterni adolescenti». Questa situazione si complica per le bambine, che, “colpevoli” di essere nate femmine in una società in cui è ancora il genere maschile ad essere “vincente”, diventano «destinatari di marketing pubblicitario sessista e sessualizzato, e oggetto di un processo di erotizzazione dell’immagine e dell’identità» (Romanazzi & Farina, 2020, p. 313). Gli autori notano come i bambini siano vittime, parimenti degli adulti, della società che richiede persone efficienti, efficaci e autosufficienti. In particolare, sull’infanzia prodotta dalla modernità essi si esprimono in questo modo:

L’infanzia non è esente da un’intrinseca contraddittorietà che la vorrebbe innocente e spensierata, eppure precocemente autonoma. Bambini possibilmente belli, obbedienti, puliti, che sappiano comportarsi come “i grandi” [...] venerati e vezzeggiati oltremisura: piccoli tiranni, in grado di veicolare l’attenzione e la gestione della vita familiare. Una venerazione che racchiude il rischio, altissimo, di un’adultizzazione generata dai flussi accelerati della società contemporanea: digitale, iper-connessa, media-mediata (Romanazzi & Farina, 2020, p. 317).

L’ultimo aspetto evidenziato è di particolare rilevanza perché mette in luce come la mediatizzazione abbia coinvolto sempre più anche i bambini, protagonisti della televisione, delle pubblicità e, più recentemente, anche dei *post* sui social network pubblicati dagli adulti e, nello specifico, dai genitori.

4.1 Il ruolo dello sharenting nella spettacolarizzazione dei bambini

Lo *sharenting* definisce, attraverso le immagini, i video e i commenti, una o più rappresentazioni dell’infanzia, così come viene concepita dagli adulti. Il bambino di cui si condivide, generalmente,

gioca un ruolo secondario, non attivo nel processo, rendendo la sua presenza digitale passiva (Cino, 2020): questo aspetto è particolarmente vero nel caso di bambini troppo piccoli per acconsentire alla condivisione online. La psicologa Annabell Sarpato spiega che «anche chiedere a un bambino se vuole che la sua foto [venga] pubblicata [...] spesso è fine a sé stesso perché occorre un'educazione preliminare ad un uso dei *social* consapevole e responsabile». Sono i genitori, definiti i «*gatekeepers*» (Steinberg, 2016) delle tracce digitali della prole, a farsi promotori della creazione della loro identità digitale, e spesso, proprio per questo motivo, vengono accusati di essere irresponsabili e noncuranti nei confronti dei figli e della loro privacy. Secondo uno studio del “*Pew Research Center*”³⁵ i video con bambini, in media, raccolgono tre volte più visualizzazioni rispetto ad altri tipi di video. Sono innumerevoli i contenuti che li riguardano sui social network, dando vita ad una sorta di effetto “*Truman Show*”³⁶, secondo il quale si è costantemente sotto gli occhi di un pubblico che osserva l'evolversi della vita della persona esposta. Un po' come quando i genitori condividono momenti dei figli online, portando alla nascita delle “*social baby star*” che finiscono per spopolare sui social network. Secondo molteplici autori (Contini & Demozzi, 2016; Contini & Demozzi, 2013; Stramaglia, 2016; D'Amato, 2014; Romanazzi & Farina, 2020), le attuali forme di interazione, comunicazione e produzione di significato, che si sviluppano negli ormai indefiniti spazi performativi, tengono occupati anche i bambini nel processo di «messinscena del proprio corpo, dei propri sentimenti, dei propri desideri» o, forse, di quelli degli adulti di riferimento? Stefania Piantoni, psicopedagogista, logopedista ed esperta di formazione online, commenta il fenomeno delle “*baby star*” e suggerisce che, oggigiorno, non esistono più solo i figli dei personaggi famosi, che un tempo venivano paparazzati e pubblicizzati furtivamente e in maniera sconsiderata solo per creare gossip, notizie e pettegolezzi, o quelli degli *influencer*, che, nella maggior parte dei casi, vivono all'insegna dell'esposizione ai loro *followers*. Ma il marketing dei bambini sembra aver coinvolto sempre più anche le persone comuni perché «tanti genitori si sono accorti che uno dei temi che più piace agli utenti è quello inerente ai propri figli: di fatto, qualsiasi cosa veda protagonista un bambino, anche molto piccolo, attira visualizzazioni e di conseguenza guadagni» (L'Eurispres, 2021). Questa strumentalizzazione dei bambini, sottoposti all'accelerazione che danneggia gli adulti stessi, ha portato alla definizione di una vera e

³⁵ Disponibile al sito: https://www.pewresearch.org/internet/2019/07/25/a-week-in-the-life-of-popular-youtube-channels/?utm_source=AdaptiveMailer&utm_medium=email&utm_campaign=19-7-25%20YouTube&org=982&lvl=1&ite=4412&lea=1019519&ctr=0&par=1&trk=.

³⁶ L'espressione fu utilizzata per la prima volta nel 2008 dai fratelli Joel e Ian Gold, rispettivamente psichiatra e neurofilosofo, in un articolo pubblicato sul “*The New York Times*”. I due fratelli parlarono sul quotidiano di un nuovo disturbo in campo psichiatrico che chiamarono La sindrome di Truman o sindrome da Truman Show prendendo spunto dalla trama della famosa pellicola “*The Truman Show*”, diretta da Peter Weir nel 1998. La sindrome, pur non presente ufficialmente nel DSM con questo nome, di fatto non è altro che un certo tipo di “Disturbo delirante di tipo persecutorio”. Inoltre, a detta di molti psichiatri sarebbe la conseguenza del culto della celebrità, che, soprattutto nel nostro secolo, viene ricercata in maniera quasi maniacale.

propria sindrome, la “*hurried child syndrome*”, la quale indica la condizione dei bambini, considerati adulti in miniatura che vengono caricati di aspettative e che sono protesi verso il successo (Stramaglia, 2016). Secondo Stramaglia, l’accelerazione dell’infanzia è sicuramente ricollegabile al mercato e alle sue logiche di vendita, ma anche alla «connotazione narcisistica della società contemporanea, che spinge i genitori a educare alla competitività estrema i propri figli», proiettandone le aspettative, i desideri e le aspirazioni (Stramaglia, 2016, p. 47). Contini e Demozzi (2016) concordano sul fatto che ciò che muove la società attuale, ossia la competizione, l’affermazione di sé, l’individualismo e la conquista del potere e del successo, ha sopraffatto anche l’innocenza dell’infanzia. A partire dalle considerazioni degli autori citati possiamo affermare che una pratica come quella dello *sharenting* può diventare un ostacolo alla crescita dei bambini nel momento in cui ciò che conta non è più il loro divertimento e il loro benessere ma il risultato, il *feedback* che gli attori sociali della Rete forniscono. L’invito è sicuramente quello di riflettere sul modo in cui anche un semplice contenuto pubblicato sui social network può diventare una forma di strumentalizzazione e spettacolarizzazione dell’infanzia, che vedono i bambini come «piccoli campioni per performance di successo», se non vi si ragiona con cognizione di causa. Scegliere i momenti e i luoghi dello *sharenting*, interrogandosi sul modo in cui la narrazione virtuale della relazione con i figli può coniugarsi con il rispetto, la fiducia e la libertà dei bambini di crescere, non come piccoli adulti da esibire e manipolare, ma come persone che, anche attraverso i social network, possono contribuire alla risignificazione della categoria sociale chiamata *infanzia*.

5. Oltre i rischi: una rilettura del pericolo

I rischi delineati, che possono essere, in maniera più o meno consapevole, promossi dai genitori attraverso la pratica dello *sharenting*, rappresentano delle criticità che è opportuno tenere in considerazione per acquisire una visione d’insieme su questo fenomeno complesso, multi-sfaccettato e difficile da definire. Allo stesso tempo, la tendenza diffusa a focalizzarsi esclusivamente sui rischi, complici anche le sentenze espresse dai social media in merito, non è conveniente perché impedisce di cogliere la poliedricità e i significati latenti di questa nuova tendenza genitoriale. Perciò, andare oltre il rischio, consci della differenza che sussiste tra questo e il pericolo che il bambino può subire, è imprescindibile: «non ogni esposizione a un rischio si traduce automaticamente in danno» (Aroldi & Mascheroni, 2019, p. 184). Quest’ultima riflessione, che si evince da alcune ricerche di “Eu Kids Online”³⁷, rende sicuramente la pratica dello *sharenting* una questione ancora aperta che richiede l’impegno delle di-

³⁷ Disponibile al sito: <https://oaj.fupress.net/index.php/med/issue/view/592>.

verse discipline, da quelle socio-pedagogiche e psicologiche a quelle giuridiche e tecnologiche, affinché offrano un più ampio panorama per analizzare la questione a partire dalla costruzione di cornici teoriche integrali e multi-prospettiche, che non considerino un unico aspetto ma, piuttosto, l'intreccio delle diverse interpretazioni e dei molteplici sguardi su questa pratica, con le relative possibilità e criticità. Il fine ultimo non deve essere condannare i genitori a criminali digitali, ma accompagnarli affinché di fronte alle decisioni che riguardano la sicurezza online dei loro figli siano capaci di compiere scelte più consapevoli, che tengono in considerazione i rischi possibili e le difficoltà derivanti per i bambini e i ragazzi. La maggior consapevolezza delle madri e dei padri deve essere integrata ad una maggiore responsabilizzazione dei social media e, in generale, della Rete e della società che, invece di creare situazioni di panico o di pubblica condanna, agiscano in direzione di un'etica del digitale più attenta ai diritti dei bambini e dei genitori. Per concludere la riflessione sulle criticità emerse riguardanti la pratica dello *sharenting*, viene riportato e approfondito da Romanazzi e Farina (2020) il pensiero di Loredana Lipperini, scrittrice, giornalista e conduttrice radiofonica italiana, che, sulla questione disaminata, si esprime con queste parole:

il mondo dell'infanzia ci viene presentato come insediato da mille pericoli (i pedofili, Internet, la televisione, il consumismo) e contemporaneamente come insidiatore della tranquillità e dell'autorevolezza adulta (non riusciamo a farci obbedire, i bambini non studiano e vogliono giocattoli sempre nuovi). Ne deriva una vera e propria *panic culture*, che, quando si parla di bambini, tocca il culmine della sua potenza e insieme della sua schizofrenia, e che, nello specifico pedagogico, sfocia in pedofobia [Stramaglia, 2009, p. 159] [...] si incorre nello stesso rischio di ingaggiare una vacua caccia alle streghe, fomentata esclusivamente dalla paura, anche quando l'accusa di pericolo viene rivolta ai computer, a Internet, ai telefoni cellulari, ai videogiochi, alla televisione e alla tecnologia in generale, che, secondo alcuni genitori ed esperti, o sedicenti tali, condurrebbe automaticamente al deserto emotivo e alla solitudine» (Lipperini, 2010, in Romanazzi & Farina, pp. 318-319).

Anche D'Amato (2014) mette in crisi la società adulta improntata alla continua ed estenuante ricerca del pericolo, svelando come «la preoccupazione sempre maggiore degli adulti nei confronti dei bambini non deve essere scambiata per attenzione, come spesso invece accade, fornendo un prezioso alibi all'inadeguatezza educativa». Quest'ultima, non investe solo i genitori, ma l'intera società, dalle istituzioni socioeducative e politiche fino ai social media e ai protagonisti della rete, che spesso e volentieri fomentano il panico.

CAPITOLO III: IL FENOMENO DELLO *SHARENTING*

Nell'ultimo decennio la realtà complessa e polimorfa dei social media che si è plasmata, ha rivoluzionato, come evidenziato precedentemente, anche il modo di esperire la genitorialità e le relazioni familiari, dando vita al fenomeno dello *sharenting*. Diversi studiosi e discipline si sono impegnati con l'obiettivo di definire in maniera più pertinente i margini di questa pratica genitoriale. Data la pervasività del fenomeno sono necessari, però, studi più approfonditi che possano rispondere in maniera incisiva al bisogno di destrutturare l'immaginario, spesso fuorviante e inutilmente accusatorio, prodotto dai media. È questo l'intento dei paragrafi che seguono: a partire da una più ampia definizione del fenomeno di condivisione dei genitori e poggiandosi sul quadro teorico, ancora scarso, che ha approfondito l'argomento sotto diversi punti di vista, viene proposta una veduta d'insieme sullo *sharenting*, interpretato come pratica sociale che coinvolge non solo bambini e genitori ma la società nel suo insieme. Alla luce della letteratura presentata, si passa successivamente ad una rassegna delle visioni, proposte dai media e dai giornali, sulla prassi genitoriale in auge, cercando di mettere in evidenza le criticità di queste rappresentazioni stereotipate sullo *sharenting* che rischiano non solo di generare situazioni di *media panic*, ma anche di offrire una visione limitata e limitante sulla questione. In ultima analisi, viene presentata la nuova prassi digitale genitoriale come pratica sociale e partecipativa che può promuovere un panorama di pensieri ragionati sulla condivisione, con l'obiettivo di garantire a bambini e genitori un'esperienza digitale positiva e formativa, con la piena consapevolezza che «giusto o sbagliato non è una domanda scientifica» (Cino, 2022, p. 11).

1. Le radici evolutive del fenomeno: dati, primi studi e successivi sviluppi

Per capire il significato che il fenomeno dello *sharenting* ha assunto, dallo sviluppo dei social media ad oggi, dobbiamo partire dalla premessa, avanzata nel primo capitolo, che la volontà delle figure genitoriali di documentare la vita della prole non è una novità. Le sue radici evolutive affondano in pratiche narrative precedenti che rendono lo *sharenting* un elemento di continuità rispetto a queste narrazioni della famiglia (Cino, 2022). Per fare un esempio, la sociologa Lee Humphreys (2018), impegnata nello studio della rete quale strumento narrativo, esplicita alcune modalità di racconto storicamente fondate, quali il diario o i "*baby books*" (album fotografici dei bambini), che permettevano di documentare la vita delle madri e la crescita dei figli (Humphreys, 2018, in Cino, 2022). Kumar e Schoenebeck (2015) dell'Università del Michigan, affermano che «la pratica del condividere fotografie di famiglia è vecchia tanto quanto la fotocamera stessa»³⁸ (p. 1302); in più, dichiarano che

³⁸ Trad. it. mia

la gravidanza e la nascita sono periodi densi di significati per la fotografia, che ritrae la madre in attesa e poi il neonato, in un'ottica che li vede quali principali "partecipanti della fotocamera". Le foto familiari aumentano quando le coppie hanno figli e i genitori con il primo bambino sembrano essere particolarmente impegnati nell'immortalare questi momenti (Kumar & Schoenebeck, 2015). Il fenomeno della «Kodak Culture», così definita da Chalfen nel 1987, che si riferisce alla tendenza a scattare, organizzare e condividere immagini della famiglia, può essere considerato il predecessore della più recente pratica genitoriale diffusa sui social media (Kumar & Schoenebeck, 2015). Questi ultimi diventano dunque gli «album fotografici moderni» (Kumar & Schoenebeck, 2015), nei quali i bambini vengono trasformati nelle micro-celebrità delle comunità genitoriali presenti (Marwick, 2013, in Brosch, 2016). In ogni caso, la storia ci insegna che i bambini venivano e vengono tuttora esposti in spettacoli del paese, sfilate e *show* televisivi. Oggi, ad essere cambiato è il pubblico, che si è allargato in maniera smisurata e sottopone i bambini esposti in Rete allo sguardo di innumerevoli spettatori online.

Lo *sharenting*, argomento che ha ricevuto nell'ultimo decennio sempre più preoccupazione da parte dei media e ancora scarsa, ma crescente, attenzione da parte della letteratura, esplicita il cambiamento sostenuto dalle relazioni familiari a seguito di trasformazioni socioculturali e, conseguentemente, tecnologiche, che hanno portato all'affermazione dei social media quali strumenti privilegiati per la condivisione anche della quotidianità familiare. Questa tendenza, oggi, non attiene esclusivamente le celebrità, gli *influencer* e il mondo dello spettacolo, ma coinvolge anche i genitori "comuni". La diffusione del fenomeno è, infatti, assodata da un ampio spettro di ricerche. Un recente studio europeo³⁹ riferisce che i genitori condividono online una media di 300 foto e dati sensibili riguardanti i loro figli ogni anno. Le prime tre destinazioni per queste immagini sono Facebook (54%), Instagram (16%) e Twitter (12%). A tal proposito, è interessante ciò che fa notare Bonanomi (2020) per ciò che concerne il primo social network menzionato: pare che, considerando gli utenti totali di Internet, l'84% è dotato di un account Facebook e rappresenta la popolazione che rientra nella fascia d'età che va dai 30 ai 49 anni, la quale, sottolinea l'autore, nei Paesi del Primo Mondo, è il periodo della vita in cui le donne decidono di fare figli. Al contrario, i dati forniti dalla letteratura riferiscono che la pratica dello *sharenting* è più diffusa nelle prime fasi della maternità: è ciò che viene dimostrato dallo studio di Mascheroni et al. (2023) in cui, del campione rappresentativo nazionale composto da genitori italiani di bambini tra 0 e 8 anni di età, il 70% è rappresentato da soggetti nella fascia 18-34 anni. Queste ultime considerazioni confermano lo *sharenting* quale fenomeno generazionale che richiama l'attenzione soprattutto sui genitori più giovani. Bhroin e colleghi (2021), analizzando i dati di una ricerca di EU Kids Online (condotta tra il 2017 e il 2019) con un campione rappresentativo di bambini

³⁹ Disponibile al sito: <https://www.nominet.uk/news/reports-statistics/>.

di età compresa tra i 9 e i 17 anni e i loro genitori, hanno evidenziato che più della metà delle figure genitoriali (57%) hanno detto di aver condiviso foto e video dei loro figli e che il 24% degli “*sharers frequenti*”⁴⁰ fa parte del gruppo più giovane (<40 anni), una percentuale più alta rispetto a quella dei gruppi di età più avanzate (13% e 12%). La letteratura palesa anche la diffusione del fenomeno di condivisione da parte delle figure materne e paterne: una ricerca inglese del 2018⁴¹, condotta da Sonia Livingstone, professoressa del Dipartimento di “*Media e Comunicazione*” presso la London School of Economics and Political Science, ha rivelato che 3 genitori su 4 pubblicano immagini e video dei figli in rete. La metà di questi genitori condivide i contenuti con un pubblico ristretto e selezionato, che vede al suo interno amici e familiari. E ancora, i risultati dell’indagine AVG (2010)⁴² condotta in dieci paesi e riguardante l’impronta digitale, ha rivelato che l’81% delle madri carica digitalmente fotografie dei propri figli di età compresa tra 0 e 2 anni (Digital Birth, 2010, in Altun, 2018).

Avendo confermato la diffusione della pratica, è ora possibile concentrarsi sul panorama di studi promossi da ricercatori provenienti da diversi ambiti, che si sono mossi con l’obiettivo di orientare il pensiero e la ricerca in vista di una più completa definizione di quello che, come vedremo, sembra essere un fenomeno difficile da inquadrare sotto molteplici punti di vista. La sua complessità è stata indagata dalla letteratura, limitata e molto recente, che ha impegnato gli studiosi, principalmente negli ultimi otto anni (2015-2023), nella definizione e ridefinizione della pratica.

Dal maggio 2012, in cui Steven Leckart ha pubblicato l’articolo intitolato “*The Facebook-Free Baby. Are you a mom or dad who's guilty of 'oversharenting'? The cure may be to not share at all*”, le riflessioni sul tema hanno coinvolto gli studiosi in ricerche quantitative e qualitative che hanno messo in evidenza aspetti differenti del medesimo fenomeno. Per cominciare, si può recuperare la definizione proposta da Brosch (2018), che spiega lo *sharenting* come il «rendere pubbliche da parte dei genitori molte informazioni dettagliate sui loro figli sotto forma di foto, video e *post* attraverso i social media, che violano la privacy dei bambini» (p. 78). In linea con la spiegazione fornita da Brosch, il Garante per la Protezione dei dati personali intende lo *sharenting* come «il fenomeno della condivisione online costante da parte dei genitori di contenuti che riguardano i propri figli/e (foto, video, ecografie)»⁴³. Prestando attenzione al linguaggio utilizzato, è curiosa la scelta di determinate parole

⁴⁰ Essi condividono sui social media, almeno mensilmente, un contenuto riguardante il bambino (Bhroin et al., 2021).

⁴¹ Disponibile al sito: http://eprints.lse.ac.uk/87954/1/Livingstone_Parenting%20Digital%20Survey%20Report%203_Published.pdf.

⁴² Disponibile al sito: <https://www.avgdigitaldiaries.com/post/6874775716/digital-diaries-digital-birth-celebrating>. La ricerca ha riguardato i seguenti paesi: Stati Uniti, Canada, Australia, Regno Unito, Nuova Zelanda, Giappone, Francia, Germania, Italia e Spagna.

⁴³ Disponibile al sito: <https://www.garanteprivacy.it/temi/minori/sharenting>.

(“molte informazioni dettagliate”, “violano la privacy dei bambini” nella prima, “condivisione costante” nella seconda) per la definizione di questo fenomeno di indubbia complessità, le quali tendono ad enfatizzare un modo di osservare questa tendenza genitoriale da un’angolazione precisa, che può escludere altre questioni altrettanto rilevanti. Leggendo la seconda definizione, ad esempio, può venire spontaneo chiedersi in che modo viene valutata la costanza di questo comportamento; un genitore può essere considerato uno *sharent* solo quando condivide tutti i giorni o anche quando pubblica una volta all’anno? Se un genitore decide di non postare online immagini del figlio dopo un periodo in cui lo faceva, non rientra più nella definizione di *sharenting*? Tornando momentaneamente alla prima spiegazione proposta, possiamo dedurre dal linguaggio utilizzato che vengono tralasciate tutte quelle strategie messe in atto da alcuni genitori volte a tutelare la privacy dei bambini e quelli che, nella letteratura, vengono definiti «dilemmi digitali» (Cino, 2022). Una “non-definizione” che lascia spazio a differenti interpretazioni è quella di Novianti e colleghi (2023), i quali presentano lo *sharenting* come il «complesso risultato emotivo e intersezionale che genera i genitori come azioni comunicative all’interno delle pratiche sociali digitali»⁴⁴ (Novianti et al, 2023, p. 1).

L’attenzione prestata alla natura dialogica insita nella condivisione genitoriale online e al coinvolgimento emotivo sulla quale essa si forgia, risulta di vitale importanza per comprendere appieno il significato di un fenomeno pervasivo e di indiscutibile complessità come quello dello *sharenting*. Questo sguardo meticoloso sulla natura dialogica della pratica oggetto di discussione, integrato alle definizioni proposte, può contribuire a chiarirne il significato e l’emblematicità.

Inoltre, pur ammettendo che le figure genitoriali, nell’immaginario popolare, sono le più predisposte a questo comportamento, non bisogna dimenticare che la condivisione può essere operata anche da persone che appartengono alla cerchia sociale del “minore”, quali possono essere congiunti (nonni, zii, ecc...), amici, conoscenti ed insegnanti (Blum-Ross & Livingstone, 2017; Lavorgna & Tartari, 2023). Questi attori, anche se non fanno parte della quotidianità del bambino così come, invece, la può vivere un genitore, possono facilmente condividere sui social media informazioni personali sui bambini che fanno parte della loro vita (Fox & Grubbs, 2019). Interessante in questo senso è una ricerca condotta da Davide Cino (2022a), ricercatore in Pedagogia Generale e Sociale presso l’Università degli Studi di Milano Bicocca, che ha raccolto una serie di dati osservando i contenuti pubblicati su alcuni forum genitoriali. I risultati riportati indicano che della famiglia allargata (80%) che condivideva online contenuti sui bambini, il 59% erano suoceri, il 20% erano membri della famiglia di origine, il 7% entrambi e il restante 14% si riferiva a “parenti” generali senza specificare la parentela; i “condivisori” esterni, quali la scuola materna (71%) ed elementare (29%) rappresentano il 6%

⁴⁴ Trad. it. mia.

del totale; infine, il restante 14% dei post riguardanti il comportamento di condivisione di altre persone, classificato come “altro”, include amici, conoscenti e colleghi. A tal proposito è stato introdotto un termine, “*grandsharenting*”, per evidenziare quanto questa pratica non sia limitata ai genitori, ma coinvolga anche altre figure (Bonanomi, 2020; Cino, 2022a). Inoltre, ulteriori dati suggeriscono che lo *sharenting* abbia anche una dimensione di genere, considerata la prevalenza delle figure femminili nella pubblicazione online di contenuti. Molteplici studi hanno evidenziato che, tra entrambi i genitori, sono le madri ad essere più coinvolte nella condivisione di informazioni sui figli rispetto ai padri (Ammari et al., 2015; Lazard, 2022; Brosch, 2016). A conferma di ciò, nel 2014, l’Università del Michigan ha pubblicato i risultati di una ricerca⁴⁵ (Davis et al., 2015) condotta su un campione di 569 genitori di bambini di età compresa tra 0 e 4 anni, rivelando che il 56% delle madri e il 34% dei padri condividono sui social network informazioni potenzialmente imbarazzanti e sensibili sui loro figli. Da una ricerca di Duggan et al. (2015), è risultato che le figure materne pubblicano con più frequenza rispetto alle figure paterne. Approfondendo ulteriormente, pare che tra le madri, siano soprattutto quelle casalinghe a pubblicare sui *social* più *post* riguardanti la prole (Ouvrein & Verswijvel, 2019). Secondo Cino (2021) questi risultati sono legati al fatto che, probabilmente, le ricerche in questione avevano come obiettivo l’analisi della pratica tra le madri. Altri studi che coinvolgevano sia donne sia uomini, avvalorando l’ipotesi di Cino, non hanno trovato significative differenze di genere tra la quantità di foto postate (Bartholomew et al., 2012; Livingstone et al., 2018). È necessario, a questo punto, ribadire ancora una volta quanto sostenuto da Humphreys (2018): con la sua teoria del “*media accounting*”, essa esplicita il ruolo storicamente predominante attribuito alla donna nella gestione della narrazione della vita familiare (Humphreys, 2018 in Mascheroni et al., 2023). Per comprendere pienamente il legame tra genere e *sharenting*, sarebbe interessante chiarire in che modo all’interno della famiglia odierna viene stabilito il ruolo di «*family historian*», inteso come colui che si occupa di raccogliere e conservare i ricordi della famiglia e dei figli.

1.1 La dimensione sociale dello *sharenting*

L’interesse sociale per lo *sharenting*, che si qualifica come elemento onnipresente dell’esperienza genitoriale (Archer & Tao, 2018), si riflette nelle diverse pubblicazioni ad opera di studiosi provenienti dagli ambiti più disparati: le scienze dell’educazione (Cino & Demozzi, 2017; Di Bari, 2017; Brosch, 2018; Walrave et al., 2022), la psicologia (Lazard et al., 2019; Briazu et al., 2019; Locke et al., 2022), le scienze della comunicazione, la sociologia dei media e gli studi culturali (Lupton & Williamson, 2017; Blum-Ross & Livingstone, 2017; Chalken & Anderson, 2017; Choi & Lewallen,

⁴⁵ Disponibile al sito: http://mottnpch.org/sites/default/files/documents/031615_sharenting_0.pdf.

2018; Archer, 2019; Ouvrein & Verswijvel, 2019; Siibak & Traks, 2019; Verswijvel et al., 2019; Ranzini et al., 2020; Barnes & Potter, 2021; Jorge et al., 2022; Garmendia et al., 2022), il diritto (Steinberg, 2017; Hancock, 2021), l'informatica (Ammari et al., 2015; Crepax et al., 2022), e, infine, il giornalismo d'inchiesta (Coughlan, 2018; Saner, 2018; Bonanomi, 2020). I motivi di questa attenzione scaturiscono dall'evidente pervasività del fenomeno che introduce i bambini all'interno del digitale spesso ancora prima che nascano. Le «ombre digitali» (Leaver, 2015) che si creano sono legate anche all'uso di app genitoriali (Thornham, 2019) o per la gravidanza (Barassi, 2017) e di dispositivi indossabili che monitorano la salute dei bambini, i loro modelli comportamentali o che fanno sapere ai genitori dove si trovano i figli (Leaver, 2017, Mascheroni et al., 2020). Come suggeriscono Mascheroni e collaboratori:

Together these practices concur to an unprecedented datafication of children's lives: children's data are tracked, stored in commercial platforms, analyzed, and monetized as part of a "surveillance capitalism" (Zubof, 2015). Through sharenting and the use of wearable objects, children are involved in ever intensifying networks of surveillance, including commercial dataveillance and "intimate surveillance" (Leaver, 2017) from parents (Mascheroni et al., 2020, p. 11)⁴⁶.

Lo *sharenting*, secondo gli autori, può essere inteso come pratica che si inserisce nel quadro più ampio di regole performative sulle quali si basa la *Social Network Society*, nella quale «guardare ed essere guardati è diventato un modo di vivere» (Lyon, 2018, in Mascheroni et al., 2023), rendendo il *social sharing* un «imperativo» (Mascheroni et al., 2023, p. 124). Particolarmente rilevante risulta quindi la definizione di *sharenting* proposta da Mascheroni e collaboratori (2023) quale «*performance* delle cure materne (o paterne) di fronte al pubblico che è chiamato a testimoniare il loro nuovo status di genitori e i loro tentativi di conformarsi alle "buone madri", o ai "buoni padri". L'identità di "buona madre" o "buon padre" è sia una realizzazione individuale sia sociale, raggiunta attraverso atti di auto-presentazione e interazioni interpersonali»⁴⁷. I ricercatori citati, inoltre, prestano attenzione alle implicazioni future che questo processo di sorveglianza e di colonialismo dei dati possono avere sui bambini, compromettendo i loro diritti alla privacy e all'oblio. Il tema della datificazione della vita familiare viene affrontata anche da Cino (2022c), il quale avverte quanto le controversie

⁴⁶ Trad. it. mia: "Insieme, queste pratiche concorrono ad una datificazione senza precedenti della vita dei bambini: i dati dei bambini sono tracciati, archiviati in piattaforme commerciali, analizzati e monetizzati come parte di un "capitalismo di sorveglianza" (Zubof, 2015). Attraverso la condivisione e l'uso di oggetti indossabili, i bambini sono coinvolti in reti di sorveglianza sempre più intense, tra cui la divulgazione di dati commerciali e la "sorveglianza intima" (Leaver, 2017) da parte dei genitori".

⁴⁷ Trad. it. mia.

legate al «*caring dataveillance*⁴⁸» possano portare all'«incontro tra una più tradizionale etica genitoriale e una nuova, sfuggente e complessa, etica digitale» (p. 44). Infatti, lo *sharenting* oggi viene visto non solo come una norma sociale ma anche come un fenomeno che apre questioni etiche contraddittorie: può essere considerato come una «forma di presentazione di sé e pratica relazionale che rappresenta la relazione tra i genitori e i loro figli» (Bhroin et al., 2021, p. 1) che, contemporaneamente, rivela aspetti riguardanti il bambino, generandone un'identità digitale ancora prima che esso possa esprimere la sua opinione a riguardo.

La presenza dei piccoli sui social media fin dalla più tenera età può inoltre incidere su di loro nei modi che sono stati delineati nel secondo capitolo. La natura paradossale dello *sharenting* sta proprio nel fatto che i genitori, ufficialmente responsabili della protezione dei figli (anche online), pubblicano contenuti e informazioni che potrebbero compromettere la privacy degli stessi. Gli studiosi hanno cercato di dare un contributo alla questione problematica, che rimane ancora aperta, analizzando lo squilibrio esistente tra l'intenzione del genitore e il comportamento assunto.

Considerate queste premesse, alcune ricerche hanno indagato il legame tra percezione del rischio e condivisione genitoriale, marcando il ruolo secondario che, talvolta, svolge il bambino nel processo di decisione. Uno studio di Siibak (2019), con partecipanti 20 madri di bambini tra 0 e 3 anni di età, ha scoperto che le madri giovani non prendono alla leggera lo *sharenting* ma anzi, si sentono sempre più preoccupate; esse cercano di trovare il giusto equilibrio tra le aspettative sociali percepite di ritrarsi come una “buona madre”, e il rispetto della privacy del figlio (Siibak, 2019).

Un paio di studi hanno cercato di mappare la natura della potenziale esperienza dei bambini che emergono dal Web attraverso i contenuti postati dai genitori. Un rapporto norvegese, basandosi sui dati raccolti dall'indagine di EU Kids Online (2018), ha rivelato che ad un bambino su tre non viene chiesto il consenso prima della pubblicazione (Staksrud & Ólafsson, 2019, in Bhroin et al., 2021). A dimostrarlo è anche uno studio estone che, prendendo in considerazione le riflessioni delle figure genitoriali e dei preadolescenti sullo *sharenting* praticato su Facebook, ha trovato che «anche quando i genitori sapevano che i loro figli risentivano della condivisione, continuavano comunque questa pratica»⁴⁹ (Lipu & Siibak, 2019, p. 63). Un'altra ricerca di Eu Kids Online⁵⁰ (2020) ha condotto delle interviste con bambini Europei di età compresa tra i 12 e i 16 anni, e ha scoperto che il 20% dei genitori condividono informazioni personali sui loro figli sui social media senza chiedergli il permesso (Smahel et al., 2020). Altri studi empirici (Wagner & Gasche, 2018; Marasli et al., 2017)

⁴⁸ Il concetto, individuato da Lupton (2020), descrive la «cultura della cura familiare basata sul controllo, che vede nelle tecnologie digitali un'estensione del proprio essere amorevoli» (Cino, 2022, p. 44).

⁴⁹ Trad. it. mia.

⁵⁰ Disponibile al sito: <https://www.lse.ac.uk/media-and-communications/research/research-projects/eu-kids-online/eu-kids-online-2020>.

riportano che un numero significativo di genitori pratica lo *sharenting* senza aver tenuto debitamente in considerazione i problemi legati alla privacy che possono insorgere. A dispetto di quanto evidenziato da questi studi, un'altra parte della letteratura sottolinea che la pratica dello *sharenting* può ridefinire le regole relazionali che genitori e figli stabiliscono tra di loro, contribuendo ad un miglioramento comunicativo. È questo il caso dello studio condotto da Livingstone e collaboratori (2018), alla quale hanno partecipato genitori della Gran Bretagna: i risultati attestano che coloro che condividono più spesso sui *social* sono quelli che, più probabilmente, chiedono il permesso ai bambini prima di condividere o che pubblicano a seconda delle richieste del figlio. Da ciò si può dedurre che i genitori di questa ricerca oltre a chiedere il consenso, sono aperti al confronto con i bambini sul tema della condivisione genitoriale.

1.2 I "perchè" dello *sharenting*

I motivi della moderna pratica di condivisione genitoriale sono gli aspetti sui quali le ricerche si sono focalizzate in maniera più proficua. Alla base di questo comportamento online adottato dai genitori vi sarebbero principalmente le seguenti ragioni: il coinvolgimento della famiglia nella crescita dei bambini (Duggan et al., 2015; Brosch, 2016), la volontà di mettersi in mostra con i figli e costruire la propria presentazione di sé (Collett, 2005; Kumar & Schoenebeck, 2015; Davidson-Wall, 2018; Verswijvel et al., 2019), la necessità di ricevere e fornire supporto sociale sulle sfide genitoriali che sono chiamati ad affrontare (McDaniel et al. 2012; Duggan et al., 2015; Clark et al., 2015; Marasli et al., 2016; Archer & Tao, 2018) e il desiderio di collezionare ricordi (Kumar & Schoenebeck, 2015; Blum-Ross & Livingstone, 2017). La ricerca polacca condotta da Anna Brosch e pubblicata su "*The New Educational Research*" nel marzo 2016⁵¹, si è occupata di definire non solo le immagini postate riguardanti i figli ma anche i commenti sulle foto stesse. I 168 genitori del campione avevano pubblicato un totale di 19431 foto raffiguranti bambini di età compresa tra 0 e 8 anni. Il primo mese di vita (48%) è quello in cui venivano condivise più informazioni quali il nome e la data di nascita del piccolo. A questo seguono, con il 10,7% le immagini dell'ecografia, l'8,3% della gravidanza e il 4,8% dei momenti in ospedale. Lo studio suddivide in cinque categorie le foto pubblicate, scelte dal genitore. La maggior parte (90,5%) appartiene alle prime tre che sono la vita quotidiana (mangiare, giocare, dormire...), l'esterno (passeggiate al parco, vacanze...) e gli eventi speciali (battesimo, Natale, compleanno, primo giorno di scuola...). L'1% ha condiviso foto scattate da fotografi professionisti e, infine, il 3,7% del totale ha pubblicato foto considerate "imbarazzanti", a loro volta divise in quattro categorie: immagini che raffigurano la nudità o semi-nudità del bambino (baghetto, spiaggia...),

⁵¹ Disponibile al sito: <https://opus.us.edu.pl/info/article/USL0fd0937b16b049c5ac4339635e1ddfec/>.

quelle in pose “divertenti” (seduto sul vasino, fa le boccacce...) e quelle in cui è sporco (dopo mangiato...) (Brosch, 2016; Bonanomi, 2020). Possiamo affermare quindi che i genitori pubblicano principalmente con l’obiettivo di raccontare sia gli eventi più importanti della vita del figlio, quali possono essere i compleanni, le vacanze di famiglia o il diploma e la laurea, ma anche i momenti più spontanei della loro vita quotidiana. Se alcuni studi hanno dimostrato che le figure genitoriali postano soprattutto foto di momenti felici (Verswijvel et al., 2019, p. 110), altri hanno sottolineato come vengano condivise anche informazioni più sensibili riguardanti, ad esempio, la salute o l’educazione.

Tama Leaver (2020), professore di “Internet Studies” alla Curtin University di Perth (Australia) e presidente dell’*Association of Internet Researchers (AoIR)*, ha analizzato la pratica dello *sharenting* a partire dalle primissime foto che i genitori condividono online, le immagini ecografiche. Sono interessanti i risultati della ricerca condotta in collaborazione con Highfield (2018): dopo aver esaminato, per un periodo di oltre tre mesi (2014), oltre 10000 immagini e video pubblicati su Instagram con l’hashtag *#ultrasound*, sono emerse diverse pratiche, usate per annunciare una gravidanza, consistenti nella condivisione delle ecografie, singolarmente o tenute in pose stilizzate, delle coppie che si dirigevano a fare il primo controllo, dei selfie delle madri che si mostrano contente della notizia. Di queste, il 34% era caratterizzato da informazioni personali identificabili e metadata (nome dell’ospedale o della madre, la data di nascita di quest’ultima o quella presunta del feto) (Leaver & Highfield, 2018, in Leaver, 2020). Leaver (2020) suggerisce che questo “rito di iniziazione” allo *sharenting*, può essere correlato a molteplici fattori e che, tra questi, possono esserci anche le aspettative di «altri genitori, amici e familiari che esprimono un chiaro desiderio di vedere foto di neonati, bambini e della loro crescita e, in effetti, che possono criticare i nuovi genitori per qualsiasi mancata condivisione sui social media»⁵² (p. 238). È interessante quindi porre l’accento anche sull’influenza esercitata dalle persone esterne che, spinte dalla curiosità di veder crescere il bambino, potrebbero fare pressioni sui genitori affinché condividano questi contenuti.

Ritornando ai “perché” dello *sharenting*, è importante citare anche la ricerca di Latipah e colleghi (2020), i quali si sono occupati non solo di illustrare le motivazioni dello *sharenting* ma anche le forme di condivisione e l’impatto che queste hanno sui genitori appartenenti alla generazione Millennial (1981-2000), che pubblicano questi contenuti. Utilizzando un approccio fenomenologico, hanno somministrato delle interviste in profondità a 10 genitori, 5 donne e 5 uomini. Dai risultati si evince che i motivi che incoraggiano lo *sharenting* sono: 1) il bisogno di ricevere affermazione e sostegno sociale, un incoraggiamento necessario per affrontare il proprio ruolo genitoriale con maggiore serenità; 2) l’esigenza di dimostrare competenza nel prendersi cura dei figli poiché i genitori non vogliono essere visti come incapaci di rispondere ai loro bisogni; 3) il desiderio di partecipare socialmente, una

⁵² Trad. it. mia.

forma di impegno premuroso che, attraverso la diffusione del loro sapere genitoriale formato attraverso l'esperienza, è finalizzato alla costruzione di una comunità migliore; 4) la volontà di documentare e custodire i momenti della vita di tutti i giorni e quelli più significativi dello sviluppo del bambino (Latipah et al., 2020).

Online i genitori trovano uno «spazio sicuro per esprimere le loro vulnerabilità» (McTigue, 2021) attraverso il senso di comunità che si crea; per molte donne, inoltre, lo *sharenting* permette di ridefinire la maternità convenzionale, basata su standard sociali impegnativi e difficili da raggiungere. La ricercatrice Lori Kido Lopez (2009) si esprime così a riguardo: «le donne che scrivono sui loro figli stanno trasformando le loro narrazioni personali di lotta e sfida in conversazioni interattive con altre madri e, così facendo, stanno iniziando ad espandere la nostra nozione di maternità, di donne *blogger* e il posto della madre all'interno della sfera pubblica»⁵³ (Lori, 2009, in McTigue, 2021). Parlare di genitorialità e dell'esperienza materna online può quindi promuovere il cambiamento anche sul modo in cui i ruoli di donna e di madre vengono vissuti e interpretati dalla società. A proposito di genitorialità intensiva e pratiche genitoriali digitali, così si esprimono Mascheroni e collaboratori (2023):

the dimensions of maternal performance and care enhanced through sharenting are, at the same time, both fostered by broader social expectations of reflexive self-monitoring [...], and condemned by broader social discourses on parental data accountability [...], pointing to a neoliberal paradox where producing and sharing data about one's child is framed as an act of care, while privacy protection is framed as an individual responsibility blamed on parents alone [...]. As such, mothers may feel "trapped" amidst conflicting discourses on how to better perform their morally signified role in the digital age [...]. Social pressures to conform to normative standards of intensive mothering, then, clash with equally normative expectations that mothers should protect their children online⁵⁴ (Mascheroni et al., 2023, pp. 115-116).

Gli autori palesano le contraddizioni insite nel modello di genitorialità intensiva e nei discorsi pubblici sulla gestione della privacy del "minore" da parte delle figure di riferimento (in particolare le

⁵³ Trad. it. mia

⁵⁴ Trad. it. mia: "Le dimensioni delle prestazioni e delle cure materne migliorate attraverso la condivisione sono, allo stesso tempo, sia promosse da aspettative sociali più ampie di autocontrollo riflessivo [...], sia condannate da discorsi sociali più ampi sulla responsabilità dei dati dei genitori [...], indicando un paradosso neoliberista in cui la produzione e la condivisione di dati sul proprio figlio è inquadrata come un atto di cura, mentre la protezione della privacy è inquadrata come una responsabilità individuale attribuita solo ai genitori [...]. In quanto tali, le madri possono sentirsi "intrapolate" in mezzo a discorsi contrastanti su come svolgere meglio il loro ruolo moralmente significativo nell'era digitale [...]. Le pressioni sociali per conformarsi agli standard normativi di maternità intensiva, quindi, si scontrano con aspettative altrettanto normative secondo cui le madri dovrebbero proteggere i propri figli online".

madri), che sembrano collidere e creare confusione generale sul ruolo genitoriale, di per sé già complicato a causa delle aspettative sociali.

Una ricerca di Campana e colleghi (2020), sempre partendo dal concetto di *intensive parenthood* e dal ruolo sociale di cura assegnato prevalentemente alla figura materna, ha dato voce anche ai padri che, secondo l'idea sociale dell'"*involved fatherhood*"⁵⁵ ("paternità coinvolta"), dovrebbero essere più impegnati nella gestione della famiglia e nella cura della prole. Quest'immagine delle figure paterne si pone in contrasto con la tradizionale, e purtroppo ancora attuale⁵⁶, concezione di *intensive motherhood*, la quale attribuisce alla donna la totale responsabilità della crescita dei figli mentre i padri «*belong to the public sphere as "strong, successful, capable, reliable, in control" breadwinners, thus relegating them to playing "second fiddle" as carers*»⁵⁷ (Campana et al., 2020, p. 5). La mentalità conservatrice e tradizionalista sottesa a queste idee di paternità e maternità stabilisce una divisione dei ruoli genitoriali molto rigida, che affida interamente alla donna il peso della gestione familiare e, parimenti, riduce il coinvolgimento dei padri nel processo di crescita dei loro figli. Anche se la letteratura sull'argomento ha specificato che ci sono stati dei miglioramenti in merito, continuano a prevalere i privilegi maschili e, al tempo stesso, la loro difficoltà (in termini di possibilità) a occuparsi dei figli nella maniera che generalmente viene relegata alla madre. Gli "*Instadads*" intervistati dai ricercatori hanno adoperato le loro piattaforme social per criticare le concezioni tradizionali di paternità, sostenendo la necessità di una più equa rappresentazione che possa offrire nuovi contorni al compito di padre, il quale deve essere pensato all'interno della società come co-genitore, in un rapporto di mutuo aiuto con la figura materna (Campana et al., 2020).

Pertanto, si può accreditare ai social media un ruolo cruciale sia per ciò che attiene la rappresentazione della figura femminile e materna, sia per la narrazione di quella maschile e paterna, le quali, attraverso gli strumenti mediatici, possono essere ridefinite in un'ottica che coinvolge in maniera proporzionata madri e padri nella crescita e nello sviluppo dei figli e nella gestione della vita familiare.

⁵⁵ L'idea di "*involved fatherhood*" si basa su «una stretta relazione con il bambino e una vigilanza corporea/fisica sensibile alle esigenze del bambino» (Campana et al., 2020, p. 4). Trad. it. mia.

⁵⁶ «Secondo il Rapporto "Le Equilibriste", il 42,6% delle donne con figli nella fascia d'età 25-54 anni, infatti, risulta non occupata, con uno divario rispetto agli uomini di più di 30 punti percentuali. Il dato cambia notevolmente a seconda delle aree del Paese, arrivando a sfiorare il picco del 62,6% nel Mezzogiorno, seguito dal 35,8% al Centro e da un 29,8% al Nord. Inoltre, mentre il tasso di occupazione dei padri tende a crescere all'aumentare del numero di figli minorenni presenti nel nucleo, per contro, quello delle madri tende a diminuire. A fronte del 61% di madri con un figlio minorenne occupate (tre donne su 5), gli uomini nella stessa condizione che hanno un lavoro sono l'88,6%. Il divario aumenta quando, entrambi i generi hanno due o più figli minorenni (donne occupate 54,5% a fronte dell'89,1% degli uomini), con una differenza di 34,6 punti» (Save The Children, 2022). Disponibile al sito: [https://www.savethechildren.it/press/maternità-italia-circa-6-milioni-di-mamme-"equilibriste"-tra-lavoro-e-carichi-familiari-il-426](https://www.savethechildren.it/press/maternità-italia-circa-6-milioni-di-mamme-).

⁵⁷ Trad. it. mia: «appartengono alla sfera pubblica come capifamiglia "forti, di successo, capaci, affidabili, al comando", relegandoli così ad un ruolo secondario come *caregivers*».

1.3 Le considerazioni dei ricercatori sulla duplice natura dello *sharenting*

Partendo dal presupposto che «esaminare i confini dei genitori verso lo *sharenting* è significativo in quanto la condivisione è diventata sempre più parte della comunicazione familiare online» (Walrave et al., 2023), si passa ora ad un altro aspetto, ampiamente discusso e al centro del dibattito pubblico, che è legato alla natura duale dello *sharenting*: essa è problematica in quanto implica la difficoltà del genitore per quanto concerne l'auto-rappresentazione sui social media. Come osservano Jorge e colleghi, «le identità dei genitori hanno una connessione intrinseca con i loro figli, che comprende un'identità relazionale in cui il bambino e il genitore esistono reciprocamente in una narrazione visiva, sociale e mediatica imbricata. In questo senso i bambini potrebbero essere visti come parte del sé esteso dei genitori - questa nozione indica oggetti, esperienze e idee che si possiedono, che possono includere i bambini in una certa misura»⁵⁸ (Jorge et al., 2022, p. 518). La prassi dello *sharenting* palesa quindi il legame esistente tra il sé individuale e quello genitoriale, il quale comporta anche la presenza del “minore”. I margini confusi che sussistono tra genitore e figlio hanno catturato l'attenzione del discorso pubblico, che descrive gli *sharents* come figure esclusivamente orientate ad appagare il loro ego digitale e disposte a mettere in secondo luogo il “miglior interesse” del figlio. Una serie di ricerche ha evidenziato come i bisogni di accettazione e di appartenenza sociale e l'autopresentazione siano intrinsecamente correlati al fenomeno dello *sharenting* (Cino et al., 2022). È vero quindi che il bisogno di ricevere conferme gioca un ruolo peculiare nella scelta di condivisione dei genitori, ma pensare che essi siano mossi esclusivamente dall'intenzione di raccogliere Like, sembra essere, in accordo con la letteratura, un'idea limitante. Il quadro teorico fornisce dei dati significativi anche per quanto riguarda la tendenza a considerare i genitori inconsapevoli di ciò che stanno facendo e delle ripercussioni legate alle loro azioni online. Diverse ricerche sostengono che, nonostante i genitori sembrino consapevoli dei rischi potenziali associati alla condivisione in rete di immagini e informazioni che riguardano i loro figli (Kumar & Schoenebeck, 2015), alcuni ammettono che, a volte, rendono pubbliche notizie e foto imbarazzanti (Davis et al., 2015) che rendono il bambino vulnerabile di fronte al pubblico mediatico.

Un'altra faccia della letteratura ha dimostrato che i genitori sono consapevoli e non privi di dubbi sul modo in cui dovrebbero comportarsi online. A sostegno di questa affermazione, si possono annoverare diversi studi. Uno di questi suggerisce che i genitori possono mettere in atto delle strategie di «*privacy stewardship*» (Kumar & Schoenebeck, 2015; Autenrieth, 2018) che gli consentono di sfruttare a pieno le potenzialità relazionali della Rete, tutelando i dati personali del bambino. Il «*mindful sharenting*» (Walrave et al., 2023) operato dai “condivisori” consente agli stessi di godere dei vantaggi dello *sharing*, adottando diverse misure preventive per salvaguardare la privacy del bambino.

⁵⁸ Trad. it. mia.

Nello specifico i genitori possono: 1) stabilire delle regole implicite o esplicite, da far rispettare anche alla famiglia estesa, sulle loro preferenze riguardo la condivisione online di contenuti sui loro figli; 2) utilizzare servizi software alternativi e creare profili separati per il “minore” (Ammari et al., 2015). In aggiunta possono 3) evitare la diffusione di informazioni identificabili attraverso l’uso di gruppi privati e di regole di gestione della privacy più serie, ma anche 4) impegnarsi nell’*editing* digitale ponendo attenzione al contesto delle fotografie, 5) scattare immagini da una certa distanza, catturando solo una parte del corpo del bambino o quando è girato di schiena (Walrave et al., 2023), 6) condividere contenuti che coinvolgono il “minore” solo con familiari e amici (Livingstone et al., 2018) e non pubblicarli regolarmente (Ranzini et al., 2020). Tra le misure correttive si possono segnalare la valutazione della serietà della divulgazione e l’eventuale richiesta esplicita di eliminare i contenuti sui profili personali dei “condivisori esterni” (Ammari et al., 2015). La cultura del *social sharing*, ormai una norma sociale, rende queste pratiche di *mindful shareenting* delle forme di devianza rispetto ai principi della condivisione e della performatività sulla quale viene plasmata l’odierna società. La decisione dei genitori di gestire la privacy del bambino nei modi appena descritti viene talvolta sentenziata dalla famiglia estesa e dai contatti online, che impongono alle figure di riferimento di giustificare le loro scelte e azioni di *digital parenting* (Walrave et al., 2023).

Riprendendo il discorso sulla consapevolezza digitale dei genitori, è interessante notare come altri studi (Ranzini et al., 2020) hanno scoperto che le preoccupazioni dei genitori per la privacy dei bambini non sono correlate con lo *shareenting* e che, al contrario, è la presenza di una rete che appoggia la condivisione a rendere più probabile la messa in atto di questa pratica. In questo senso, tornano utili anche i risultati di una ricerca di Bhroin e colleghi (2021), dalla quale si evince che i genitori digitalmente più competenti condividono più spesso e difficilmente appartengono alla categoria che non pratica lo *shareenting*, e quelli di Livingstone e collaboratori (2018), i quali hanno rivelato che tra i genitori britannici coinvolti nel loro studio, quelli più preoccupati sulla sicurezza online erano anche quelli che pubblicavano più video e foto dei figli all’interno della Rete. Questi dati ci invitano a riflettere sul fatto che per i genitori, complice anche la difficoltà del loro ruolo e delle aspettative sociali ad esso assegnate, l’esperienza online funge da sostegno in misura tale da “superare” i timori legati all’esposizione di informazioni personali della prole. In definitiva, appare balbettante la ricerca sul legame tra *shareenting* e il riguardo per la privacy dei bambini, rendendo necessarie ulteriori considerazioni future. Thorsteen Naab (2018), ricercatore presso il German Youth Institute (Germania), all’interno di questo dibattito sulla contrapposizione possibilità-rischi, genitore-bambino, esposizione-privacy, alla base dello *shareenting*, suggerisce il termine «*parents’ media trusteeship*» (amministrazione fiduciaria dei media da parte dei genitori), con il quale si riferisce al genitore come persona di fiducia alla quale viene affidata la proprietà e la gestione delle attività legate ai media che

svolge per conto di suo figlio: una «strategia complementare alla mediazione genitoriale»⁵⁹ (Naab, 2018, in Siibak, 2019, p.117). A questo punto risulta significativo ciò che viene espresso da Leaver (2020): «come *co-creators*, genitori e figli sono quindi in dialogo sulla propria e altrui privacy online ogni volta che pubblicano. Rendere quel dialogo esplicito, mirato e, idealmente, concordato, farà parte dei negoziati familiari (e più ampi) in un mondo in cui la maggior parte delle relazioni si svolgono in complesse combinazioni intersecanti di spazi fisici e digitali»⁶⁰ (Leaver, 2020, p. 238).

1.4 Cosa ne pensano bambini e ragazzi?

Le ricerche sulle percezioni dei “minori” esposti online sullo *sharenting* sono esigue e altalenanti, probabilmente a causa della difficoltà a reperire dati significativi, soprattutto nei primi anni di vita dei bambini, in cui non sanno ancora parlare. Gli stessi adolescenti concordano su questo, indicando che il livello di consapevolezza dei social media e della Rete viene raggiunta prevalentemente all’età di 13 anni (Ouvrein & Verswijvel, 2019). In ogni caso, la letteratura, anche se carente, ha indagato il modo in cui i figli vivono l’esperienza digitale di condivisione dei genitori, restituendo un panorama multiforme. Uno studio che coinvolgeva 817 adolescenti fiamminghi, con una divisione di genere abbastanza equilibrata, ha riportato che solo una minoranza di partecipanti ha apprezzato e riconosce un valore nella condivisione di contenuti che li riguarda da parte dei loro genitori, mentre la maggior parte del campione ha negato qualsiasi tipo di beneficio, descrivendo, al contrario questa esposizione come imbarazzante e inutile (Verswijvel et al., 2019). Un’altra ricerca condotta da Levy⁶¹ (2017), somministrando delle interviste a 1000 giovani di età compresa tra i 12 e i 16 anni, ha riscontrato che più di un terzo dei rispondenti (39,8%) ha affermato che i genitori hanno condiviso online immagini imbarazzanti che li raffiguravano, ma la maggior parte di questi (88,9%) non ne ha chiesto la rimozione. Un’altra emozione provata dagli adolescenti quando esperiscono lo *sharenting*, è la frustrazione perché i genitori contribuiscono alla creazione della loro identità digitale senza consultarsi con loro (Hiniker et al., 2016). Le percezioni emerse vengono confermate da Walrave e colleghi (2022) che con la loro ricerca qualitativa hanno intervistato 30 persone (tra genitori e adolescenti) appartenenti a 10 famiglie belghe. Emerge una differenza tra ciò che viene considerato “bello” e “accettabile” da condividere per i partecipanti adolescenti rispetto agli obiettivi di identità online dei loro genitori. Se per i primi l’abbigliamento e la posa sono cruciali, per i secondi è importante l’autenticità, il sorriso e il fatto che i loro figli sono riconoscibili nei contenuti postati. Gli adolescenti, comunque, sembrano

⁵⁹ Trad. it. mia.

⁶⁰ Trad. it. mia.

⁶¹ Disponibile al sito: https://parentzone.org.uk/sites/default/files/2021-12/PZ_Parenting_in_the_Digital_Age_2017.pdf.

aver apprezzato la condivisione di foto in cui venivano ricordati momenti felici della famiglia (vacanze e altre attività svolte insieme). Entrambe le parti esprimono però l'obbligatorietà della discussione offline sulla questione. Anche la ricerca di Sarkadi e collaboratori⁶² (2020) corrobora quanto risultato dallo studio di Walrave e colleghi (2020): i 60 bambini partecipanti (4-15 anni d'età) hanno risposto ad un questionario anonimo online, sottolineando la loro volontà di essere consultati, affinché possano esprimere il loro consenso e vengano ascoltate le loro considerazioni e riflessioni a riguardo. La letteratura ha inoltre dimostrato che, in determinate condizioni, i ragazzi hanno una visione più positiva dello *sharenting*. Gli adolescenti asseriscono che i contenuti riguardanti i più piccoli possono essere accettati perché nelle foto e nei video che vengono condivisi, i bambini appaiono carini e, una volta cresciuti, nessuno li riconoscerà più (Ouvrein & Verswijvel, 2019). I risultati di alcuni studi mettono in evidenza il valore del dialogo familiare con l'obiettivo di negoziare le condizioni di *privacy stewardship* e di utilizzo dei social media. I dati riportati da Verswijvel e colleghi (2019) rendono conto di un comportamento più positivo degli adolescenti quando questi sono più vicini ai loro genitori; tale atteggiamento, da ciò che si evince, si estende anche alle ragazze. Queste, secondo alcune ricerche recenti, avrebbero un livello più basso di percezione del rischio rispetto ai coetanei di sesso maschile, i quali assumono un atteggiamento più critico nei confronti della condivisione di contenuti che li riguardano da parte dei genitori (Verswijvel et al., 2019). Questi ultimi, in definitiva, dovrebbero essere più consapevoli del parere dei loro figli, che è necessario per definire e ridefinire regolarmente se, come, dove, con chi e che cosa condividere online. I dati ricavati dalla ricerca dimostrano anche che, nonostante l'importanza che gli adolescenti ripongono nell'*impression management*, quando si tratta della condivisione online operata dai genitori, questa motivazione perde di significato, tant'è che più un genitore pubblica per questa ragione più il figlio tende ad avere un approccio negativo nei confronti dello *sharenting* (Verswijvel et al., 2019). Moser e colleghi (2017), rivelano che gli adolescenti valorizzano i contenuti pubblicati dai genitori quando questi supportano una loro immagine digitale o identitaria positiva (quando praticano sport, hobby...), e riflettono una buona relazione tra genitore e figli o di una vita familiare felice (momenti di serenità in famiglia, elogi per i loro meriti). Al contrario, quando il contenuto si riflette negativamente sull'autopresentazione del bambino, non viene approvato (immagini o video considerati imbarazzanti, "*unflattering*" - che non donano e non mettono in luce gli aspetti migliori, umilianti- quando i figli fanno qualcosa di scorretto, troppo intimi e quotidiani, oppure che coinvolgono altri amici o conoscenti del figlio). Gli studi sulla percezione degli adolescenti, seppur limitati, si sono occupati anche di indagare come i figli digitalmente esposti interpretano le ragioni che spingono i genitori a condividere i contenuti che li riguardano con l'ampia platea presente sui social media. Verswijvel e collaboratori (2019),

⁶² Disponibile al sito: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/jpc.14945>.

dalla loro ricerca con i “minori”, hanno individuato quattro motivi percepiti dai partecipanti: 1) motivi di supporto genitoriale (chiedere o ricevere aiuto o consigli educativi dagli altri utenti), 2) motivi sociali (stimolando conversazioni con i loro amici sui social network), 3) motivi di *impression management* (per rendere conto di che genitori sono, dare delle impressioni circa il modo in cui gestiscono il loro ruolo), e 4) motivi di archiviazione informativa (informare i contatti delle attività familiari e tenerne una traccia online). Questi ultimi sono quelli più apprezzati dagli adolescenti, i quali, come abbiamo sottolineato precedentemente, non provano lo stesso grado di apprezzamento per i motivi di *impression management*. Altri studi interessanti sono quelli di Ouvrein e Verswijvel (2019; 2021) che individuano i limiti assegnati dagli adolescenti ai genitori nel loro praticare lo *sharenting*. Primo fra tutti, il tipo di informazione condivisa dipende dall’età e dalla consapevolezza dei bambini: dopo i 13/14 anni, in particolare, certe foto “brutte” e “imbarazzanti” non possono essere condivise online, ad eccezione di quelle dei compleanni e di gruppo per le quali le regole sono meno rigide. Immagini che ritraggono la nudità, secondo i partecipanti, sono vietate e mai accettate. Il secondo limite stabilito riguarda l’intimità dell’informazione: i genitori non possono condividere troppe informazioni personali. Segue la regolarità dell’informazione: la sovraesposizione non viene percepita in maniera positiva, anzi; più grandi sono i ragazzi maggiormente deve essere limitata la tendenza a condividere immagini, video e commenti che si riferiscono a loro. Il quarto limite concerne il coinvolgimento dell’adolescente, i cui consenso e opinione devono sempre essere considerati (Ouvrein & Verswijvel, 2019).

2. Genitori demonizzati: il linguaggio dei media

Lo *sharenting*, come dimostra la letteratura, rappresenta inconfutabilmente un fenomeno ambiguo e socialmente rilevante perché, in primis, pertiene la famiglia (o meglio, le famiglie), cioè «un’entità sociale molto complessa [...] ormai distante da quell’immagine statica e monolitica prodotta dal “paradigma della normalità”» (Dello Preite, 2017, p. 182). In secondo luogo, la prassi genitoriale di condivisione di contenuti sui figli affonda le sue radici nella narrazione familiare ma, con l’instaurarsi di una società sempre più performativa e l’avvento dei social media, ha via via assunto nuovi significati. Questi ultimi nascono da rappresentazioni e svariate interpretazioni di quelle che sono la genitorialità e l’infanzia attuali. In un ambiente online che si fa promotore della partecipazione e della relazione e, parimenti, protagonista di nuovi dilemmi etici, si consolidano nuove culture mediali. Lo *sharenting*, nello specifico, «viene denunciato dai mass media come sfruttatore, narcisista o semplicemente ingenuo» (Webb, 2013, in Blum-Ross & Livingstone, 2017, p. 110). La tendenza, da parte dell’opinione pubblica e di alcuni articoli scientifici, a porre l’accento sui pericoli di questa pratica, si è consolidata con il progredire della stessa. Come suggerisce Cosimo Di Bari (2017), ricercatore

di Pedagogia Generale e Sociale presso l'Università degli Studi di Firenze, «le riflessioni sociologiche valorizzano la categoria del rischio come una situazione che, se affrontata in modo efficace, può diventare fonte di una serie di opportunità» (p. 265). Non sembra questa però l'idea che guida il discorso pubblico che, spesso e volentieri, sentenzia sul tema in maniera superficiale, in un processo che porta alla vittimizzazione dei bambini da un lato e alla colpevolizzazione dei genitori dall'altro. Analizzare brevemente alcuni articoli giornalistici che hanno affrontato il tema, permette di sottolineare l'importanza di interrogare lo sguardo assunto quando si leggono notizie attinenti allo *sharenting*.

Partendo dalle origini del termine, il quotidiano internazionale "The Wall Street Journal", a cui si deve il merito di aver introdotto per la prima volta (2012) il concetto, espone in diversi articoli un punto di vista critico, o meglio negativo, sullo *sharenting*: tra questi articoli figurano "*Oversharenting: Parents Juggle Their Kids' Lives Online*"⁶³ (Lichter, 2012), "*Why I Put My Dog's Photo on Social Media, but Not My Son's*"⁶⁴ (Stern, 2019), "*Parents Who Share Info About Their Kids Online Are a Cybersecurity Risk. Here's Why*"⁶⁵ Jarvie & Renaud, 2022), che, presentando i genitori come «rischi per la sicurezza informatica», principalmente focalizzano la loro attenzione sui "pericoli" legati alla condivisione di foto dei "minori" online. Il giornale francese "Le Monde", in "*French MPs examine bill on children's right to privacy on social media*"⁶⁶ (Rieffel, 2023) discute sulla proposta di legge della quale, in Francia, da tempo ormai si parla. Il promotore è Bruno Studer, deputato del partito Renaissance e insegnante che ha conosciuto da vicino gli effetti del bullismo, a causa anche di contenuti postati online dai genitori. Studer, mosso dal desiderio di arginare il fenomeno dello *sharenting*, arriva a proporre la rimozione della tutela dell'immagine dei minori ai genitori per affidarla ad un terzo (Caprodossi, 2023). In particolare, sono rilevanti due passaggi dell'articolo citato. Il primo, quando mette seriamente in dubbio il comportamento di alcuni *influencer*, affermando che «quando vedi certi genitori *influencer* guadagnarsi da vivere gettando un cucchiaino di purea in faccia al loro bambino, possiamo legittimamente parlare di indignità»⁶⁷ (Rieffel, 2023). Per comprendere questo passaggio prendiamo in analisi anche una altra tendenza, in voga sul social network TikTok, che ha scosso l'opinione pubblica. Questa sfida virale, chiamata "*Egg crack challenge*", consiste nel rompere a sorpresa un uovo in testa al bambino mentre le madri cucinano, e immortalare la reazione

⁶³ Disponibile al sito: <https://www.wsj.com/articles/BL-JB-15164>.

⁶⁴ Disponibile al sito: <https://www.wsj.com/articles/why-i-put-my-dogs-photo-on-social-media-but-not-my-sons-11552404655>.

⁶⁵ Disponibile al sito: <https://www.wsj.com/articles/parents-who-share-info-about-their-kids-online-are-a-cybersecurity-risk-heres-why-11670021383>.

⁶⁶ Disponibile al sito: https://www.lemonde.fr/en/france/article/2023/03/05/french-mp-proposes-bill-to-protect-children-s-privacy-on-social-media_6018268_7.html.

⁶⁷ Trad. it. mia.

con lo smartphone. Le polemiche nascono dal comportamento assunto dal genitore come prima cosa, e poi per le reazioni dei bambini: molti rimangono sconcertanti, confusi o scoppiano in lacrime mentre altri sorridono. In generale, però, non sembrano apprezzare quello che viene considerato come uno “scherzo” da chi lo fa. L’hashtag *#EggCrackChallenge* ha raccolto oltre 75 milioni di visualizzazioni mentre *#EggChallenge* conta più di 4,6 miliardi di visualizzazioni in tutto il mondo. Alcuni psicologi si sono espressi severamente a riguardo, spiegando i risvolti psicologici derivanti da questo *trend* discutibile, che vanno dall’insicurezza dei bambini fino alla perdita di fiducia nel rapporto genitori-figli. Riprendiamo qui il parere della psicologa e psicoterapeuta Angela Sbordone la quale, nel suo profilo personale di Facebook, si esprime così sul caso in questione: «usare la paura di un bambino per una propria (stupida) soddisfazione, produrre spavento, sbigottimento, turbare un momento di armonia per farne derisione, scherno, è un atto violento (e anche sadico, per essere precisi). Non so Winnicott cosa direbbe di questa genitorialità targata 2023. Io banalmente in questi video vedo “adulti sufficientemente deficienti”. A cui romperei un uovo sull’unico neurone che mostrano di avere»⁶⁸. La reazione alla “*egg crack challenge*” è stata pressoché negativa, tant’è che è emerso che per il 55.2% il sentimento è negativo e solo il 3.4% risulta essere positivo, e di questi numeri l’82% è nella fascia di età 25/34 anni (Pacitto, 2023). A rispondere a questa *challenge* in maniera critica e stimolante, ci hanno pensato due genitori, Daniela Barra, laureata in “*Scienze e Tecniche Psicologiche dello Sviluppo e dell’Educazione*” e specializzata in Psicologia Emotiva, e Francesco Parena. A partire dal loro progetto “*EmoSpace*” che nasce con il desiderio di aiutare madri e padri a gestire il tumulto di emozioni vissute quotidianamente dai loro figli, hanno lanciato loro stessi una sfida estiva dal titolo “*E se le challenge non fossero tutte negative?*” della durata di 21 giorni, con l’obiettivo di aiutare i genitori a rafforzare la connessione emotiva con i figli (Pacitto, 2023).

Per chiudere questa breve parentesi si può affermare che la popolarità (in termini di visualizzazioni) di una tendenza sui social network non implica il suo apprezzamento e, inoltre, i comportamenti messi in atto da alcuni *sharents* sui *social* rendono evidente l’urgenza di far riflettere i genitori sulle conseguenze delle loro azioni online, rendendoli consapevoli che le loro scelte possono avere un impatto sul bambino in primis, ma anche sulla *community* online con la quale si condividono certi contenuti. Tornando all’articolo francese, il secondo passaggio è quello espresso da Vanessa Lalo, psicologa clinica. Essa, a proposito della nuova proposta di legge, sostiene che «è una buona idea includere la nozione di protezione della privacy nella definizione di autorità genitoriale, ma non penso che siano le leggi che educeranno le famiglie. Spetta a tutti noi professionisti essere in grado di supportare le famiglie con nuove forme di genitorialità» (Rieffel, 2023). La riflessione di Lalo è cruciale perché mette al centro dell’attenzione non tanto la proposta di legge, ma piuttosto il ruolo giocato dagli

⁶⁸ Disponibile al sito: <https://www.deejay.it/articoli/egg-crack-challenge-come-funziona/>.

esperti (e dagli altri attori sociali) nell'educazione delle famiglie e nel sostegno alla genitorialità. Il giornale spagnolo "El País", con l'articolo intitolato "*The risks of 'sharenting': I am only three years old and already have more followers than you*"⁶⁹ (Troya, 2023), così come quello del "New York Times", "*The problem with Sharenting*"⁷⁰ (Kamenetz, 2019), propongono la non pubblicazione come "soluzione" alla questione problematica. Il quotidiano statunitense, in particolare, esordisce così: «I timori di video preoccupanti e il tempo eccessivo sullo schermo sono legittimi. Ma la vera minaccia è il disprezzo degli adulti per i diritti e l'interesse superiore dei loro figli»⁷¹ (Kamenetz, 2019), per poi concludere l'articolo affermando questo:

For every moneymaking *influencer*, there are millions of less-successful stage parents and wannabes scratching for followers on YouTube and Instagram. They're out there shoving cameras in children's faces, using up their free time, killing spontaneity, warping the everyday rituals of childhood into long working shoots [...]. When it comes to childhood and technology, we adults are the horror show⁷² (Kamenetz, 2019).

È importante contestare questa riflessione, che tende ad escludere i motivi dello *sharenting* e i benefici derivanti ma anche i pensieri dei genitori che, come dimostra la letteratura, non si possono considerare inconsapevoli e poco propensi a ponderare le loro azioni e preoccupazioni sulla condivisione di informazioni dei loro figli all'interno della Rete. Occorre inserire il tema dello *sharenting* entro una cornice riflessiva e contestuale, che colga tutti gli elementi di questa pratica e che, a partire dai rischi, orienti il pensiero con il fine ultimo di migliorare l'esperienza online di bambini e genitori, afferrandone, pertanto, anche le possibilità.

Per ciò che riguarda il contesto italiano, anch'esso si connota di uno sguardo allarmistico e accusatorio e sembra voler seguire l'esempio della Francia, anche se per ora non esiste nulla di ufficiale. A criticare pesantemente lo *sharenting*, nel frattempo, ci pensano i social media. Il "Corriere della Sera", riporta uno spot virale di "Deutsche Telekom"⁷³ che, usando una bambina modificata digitalmente per sembrare adulta che parla a sua madre e a suo padre, invita i genitori a non condividere le foto e

⁶⁹ Disponibile al sito: <https://english.elpais.com/society/2023-06-05/the-risks-of-sharenting-i-am-only-three-years-old-and-already-have-more-followers-than-you.html>.

⁷⁰ Disponibile al sito: <https://www.nytimes.com/2019/06/05/opinion/children-internet-privacy.html>.

⁷¹ Trad. it. mia.

⁷² Trad. it. mia: "Per ogni *influencer* che fa soldi, ci sono milioni di genitori e aspiranti che hanno meno successo che grattano per i follower su YouTube e Instagram. Sono là fuori a spingere le telecamere in faccia ai bambini, consumando il loro tempo libero, uccidendo la spontaneità, deformando i rituali quotidiani dell'infanzia in lunghi servizi fotografici di lavoro [...]. Quando si tratta di infanzia e tecnologia, noi adulti siamo lo spettacolo dell'orrore".

⁷³ Disponibile al sito: <https://video.corriere.it/esteri/spot-virale-deutsche-telekom-che-avverte-genitori-non-condividete-online-foto-vostri-figli/a54ff3a8-2581-11ee-8ad9-e291f4ec7ab7>.

i video sui social media. Chiara Di Cristofaro, giornalista economico-finanziaria e psicologa, in un articolo pubblicato da “Il Sole 24 Ore” e intitolato “*Se il ‘parenting’ diventa ‘sharenting’*”⁷⁴ (2016), afferma che «alcune manifestazioni di orgoglio smisurato per i propri figli sui *social*, con il loro sapore adolescenziale, danno da pensare non solo a chi si occupa di sicurezza in rete, ma anche e soprattutto a chi si occupa di psicologia. La speranza è duplice: che la genitorialità non si nutra eccessivamente e solamente di orgoglio e ammirazione. E che l’orgoglio per un figlio non si riduca ad una foto su un *social*». Simone Cosimi, giornalista italiano, ne discute, in collaborazione con Alberto Rossetti, nel testo “*Nasci, cresci, posta*” (2017), e in un articolo, pubblicato dalla rivista “Wired” (2015), intitolato “*Sharenting, basta foto dei bambini su Facebook*”⁷⁵ (Cosimi, 2015), in cui Cosimi sostiene che la «bulimia genitoriale» nasce «a soli fini esibizionistici» ed è «ai limiti della schizofrenia».

Alcuni degli autori citati offrono un’idea di «famiglia adolescente» (Ammaniti, 2015), di genitori «narcisisti», che non pensano al miglior interesse del figlio; essi tralasciano le altre motivazioni e i dubbi genitoriali, indagati invece dalla letteratura che ha affrontato il tema dello *sharenting* in maniera decisamente più approfondita.

2.1 “*If you didn’t sharent, did you even parent?*”: è davvero così?

Il titolo di questo paragrafo cita un articolo⁷⁶ intitolato “*If you didn’t ‘sharent’ did you even parent?*” pubblicato su “The New York Times”, che propone la visione di un breve video di cinque minuti che tratta i temi della genitorialità e della privacy. In questo filmato tre bambini di età compresa tra i 7 e i 18 anni si confrontano aspramente con le relative madri sull’argomento dello *sharenting*, che i genitori in questione praticano spesso senza il permesso dei figli. Lucy, di anni 7, nel confronto con sua madre pone l’accento sul valore del suo parere e consenso dato che i contenuti postati sui *social* riguardano lei; Elmer, diciottenne, discute sull’appropriatezza di un contenuto pubblicato dal genitore in cui è senza maglia e poi sottolinea come le informazioni personali (indirizzo, nome, ecc...) devono rimanere private; Zoya, di anni 16, non vuole che quello che viene condiviso dai suoi genitori raggiunga altre persone che possono farne un uso inappropriato. Sicuramente questo articolo con annesso il video costituisce un ottimo spunto di riflessione perché osserva, in maniera comunque poco approfondita, il modo in cui si relazionano tra loro genitori e figli quando si confrontano sul fenomeno oggetto d’esame. Il titolo scelto però può essere fuorviante perché: 1) propone un’idea di *sharenting*

⁷⁴ Disponibile al sito: <https://alloyoop.ilsole24ore.com/2016/11/17/se-il-parenting-diventa-sharenting/>.

⁷⁵ Disponibile al sito: <https://www.wired.it/attualita/tech/2015/04/08/sharenting-basta-foto-dei-bambini-facebook/>.

⁷⁶ Disponibile al sito: <https://www.nytimes.com/2019/08/07/opinion/parents-social-media.html>.

considerato “necessario”, senza il quale i genitori non riuscirebbero a adempiere alle loro funzioni, senza interrogarsi su quello che pensano effettivamente le figure genitoriali e senza riflettere sul fatto che lo *sharenting* si sviluppa in un determinato contesto sociale, che deve essere tenuto in debita considerazione prima di esprimersi; 2) fa uso di una strategia retorica che contrappone il “*parenting*”, «l’atto del “fare il genitore” che comporta una serie di responsabilità morali socialmente attese», allo “*sharenting*”, «che implica invece che tali responsabilità morali siano state automaticamente violate» (Cino, 2022c, p. 74).

Si può dunque affermare, riprendendo le considerazioni di Anita Lavorgna⁷⁷ e Morena Tartari⁷⁸ (2023), che esistono trattazioni mediatiche fallaci che, oltre a fomentare il panico morale, alimentano mitologie e idee imprecise, esiti di luoghi comuni sbagliati consolidati nel tempo e attraverso i social media. Questi preconcetti della costruzione discorsiva sullo *sharenting* traspaiono nelle seguenti considerazioni espresse dalle autrici nel loro saggio “*La sovraesposizione digitale dei minori. Un approccio multidimensionale al fenomeno dello sharenting*” (2023), che possiamo riassumere in questo modo: 1) l’enfasi posta sui rischi e l’importanza di introdurre nuove misure di controllo sociale sproporzionate, avvalendosi di toni allarmistici; 2) l’ostilità nei confronti dei condivisori (i genitori ma soprattutto le madri); 3) la tendenza a marcare supposte motivazioni, il più delle volte narcisistiche ed egocentriche; 4) la convinzione che lo *sharenting* sia «parte di una più ampia cultura digitale socialmente dannosa in quanto promuove un’incessante ricerca di attenzione, cattiva genitorialità, e più in generale forme di disintegrazione sociale» (p. 57); 5) il disinteresse verso altri argomenti cruciali dello *sharenting* come l’influenza delle nuove culture digitali, e l’autorità delle piattaforme che non agiscono con l’obiettivo di fornire tutele ma, al contrario, di incoraggiare la creazione di contenuti; 6) la mancata attenzione ai possibili “danni” sociali (prediligendo, invece, quelli emotivi dei bambini); 7) la tendenza ad attribuire la responsabilità dei presunti o reali “pericoli” al singolo individuo, cioè il genitore che pubblica, quando essa è «condivisa, relazionale e distribuita» (p. 59); e, infine, 8) l’assenza di riferimenti a contenuti testuali che, a quanto pare, nel contesto mediatico non vengono ancora correlati al fenomeno dello *sharenting* (Lavorgna & Tartari, 2023). Questo compendio di linguaggi disorientanti promossi dai media, permette di chiarire nuovamente la posizione privilegiata che assumono i social media nel costruire immaginari collettivi e nella (mancata) promozione di diversi livelli di consapevolezza nel pubblico. Per concludere queste riflessioni sui linguaggi propri dei

⁷⁷ Professoressa Associata presso il Dipartimento di Scienze Politiche e Sociali dell’Università di Bologna, dove insegna Sociologia, Mutamento Sociale e Cybercrime.

⁷⁸ Assegnista di ricerca presso in Dipartimento di Filosofia, Sociologia, Pedagogia e Psicologia Applicata dell’Università di Padova e ricercatrice nell’ambito della sociologia e dei processi culturali, della devianza e del mutamento sociale.

media, i quali hanno espresso una preoccupazione a tratti esasperante per il fenomeno dello *sharenting*, è bene sottolineare quanto esposto da Di Bari (2017):

per quanto i citati pericoli possano far propendere verso posizioni apocalittiche, dal punto di vista della *Media Education* sarebbe auspicabile mantenere un equilibrio tra rischi ed opportunità: e, anche se i rischi da un certo punto di vista sono innegabili, porre eccessiva enfasi su di essi può produrre forme di “panico morale” o comunque una colpevolizzazione del genitore che è abituato a postare le foto dei propri figli. Piuttosto, in ambito pedagogico, come per i *Cultural Studies*, la messa a fuoco dei rischi può essere un primo passo affinché vengano stimulate riflessioni ed aperto un dibattito su quali possano essere anche le opportunità (p. 266).

Anche Cino (2020b) corrobora il pensiero di Di Bari, esprimendosi come segue:

sottolineare il ruolo di madri e padri in termini di rischio e protezione [...] significa pretendere un’oggettivazione dei comportamenti di futuri e attuali genitori tale per cui il rischio venga anticipato e attivamente evitato proteggendo la prole da potenziali occorrenze socialmente indesiderabili. È in questo senso che la coscienza e l’evitamento del rischio divengono una questione morale promossa in maniera più o meno esplicita da un discorso medico/scientifico/esperto che enfatizza la responsabilità individuale del genitore [...], valutato sulla base della sua competenza nel prevenire rischi e aprire e garantire opportunità. Nell’esprimere tali valutazioni, tuttavia, la posta in gioco è di sfociare in posizioni essenzialiste (Cino, 2020b, p. 78).

3. Per uno sguardo “integrato” sullo *sharenting*

L’insieme di costruzioni discorsive e retoriche sul fenomeno preso in esame viste nel paragrafo precedente, è essenziale per uno studio in profondità dello *sharenting* in virtù del suo essere una pratica⁷⁹ situata e sociale, «un’espressione comunicativa normalizzata rientrante nella quotidianità di molte famiglie» (Leaver, 2015, in Cino, 2020, p. 150). Questa pratica si definisce in ordine ai cambiamenti socioculturali e tecnologici che hanno investito la società e la sfera domestica e familiare. Le condizioni di precarietà della società attuale, infatti, si riversano anche sulla famiglia, la quale non si caratterizza più come sistema di ruoli stabili e definiti ma, piuttosto, come un «sistema socioculturale aperto, in continua trasformazione» (Kanizsa & Tramma, 2018) che, per essere indagato, richiede

⁷⁹ Pratica intesa come «un tipo di comportamento routinizzato che si offre come strumento analitico per l’interpretazione del mondo sociale» (Lavorgna & Tartari, 2023, p. 16).

un'integrazione di sguardi, saperi e approcci (Formenti, 2014). La natura contestuale e sociale dello *sharenting* si manifesta, in primis, nella pervasività che esercita nella vita quotidiana dei genitori e di coloro che abitano la rete. La letteratura disponibile ha ampiamente fornito i dati relativi alla diffusione di questa pratica, che si inserisce nel più ampio spettro di pratiche medialità digitali. Lavorgna e Tartari (2023) mettono in evidenza come lo *sharenting* possa essere interpretato anche quale «prodotto delle nuove culture digitali tra bisogni individuali e collettivi» (p. 19). Le autrici sottolineano come i bisogni umani (sociologicamente parlando) siano chiavi interpretative del fenomeno, il quale si fonda sulla possibilità che i genitori hanno di condividere online con una rete di relazioni centrate su di loro e scelte da loro, «costruendo uno spazio sociale in funzione dei propri bisogni» (Lavorgna & Tartari, 2023, p. 19).

Lo *sharenting* acquisisce ulteriore rilevanza perché «permette di osservare i processi di negoziazione che avvengono online e che si riflettono sulle identità offline [...]. [Questo implica che] i condivisori e gli altri utenti sono coinvolti in uno scambio interattivo che plasma e modella le loro identità non sia altro che come un processo di co-costruzione sociale e di negoziazione dei significati tra culture online e offline» (Lavorgna & Tartari, 2023, p. 20). La rete diventa un «"tessuto connettivo" che media le relazioni tra soggetti [con i quali è possibile] costruire e gestire la nostra identità annodando i tratti come in uno *storytelling*» (Di Bari, 2017, p. 260). Ciò che mette in rilievo Di Bari (2017) è come i social network intervengano sulla costruzione identitaria poiché l'immagine fornita online non dipende solo da scelte individuali ma si modella interagendo con gli altri. L'identità genitoriale, nel caso specifico della nuova pratica digitale presa in esame, si precisa in base al *feedback* ricevuto dagli altri utenti presenti sui *social*, dimostrando ancora una volta come gli ambienti online e offline siano intrinsecamente correlati.

3.1 Supporto genitoriale e social media

La condizione genitoriale, la cui difficoltà viene riconosciuta nelle molteplici funzioni ad essa assegnate e nel suo valore e possibile impatto nel processo di crescita del bambino, esige risposte a diversi interrogativi complessi e problematici, che richiedono la collaborazione di un insieme di attori sociali. Non a caso, Lacharité (2015) ha contemplato quattro funzioni primarie della genitorialità, quella riflessiva, di *relais*, di orchestrazione e protettiva, che implicano rispettivamente: 1) la capacità del genitore di riflettere sulle sue esperienze, per uscire dagli automatismi, e orientare la propria azione in relazione a sentimenti, pensieri e aspettative del figlio, 2) la convinzione che per crescere un bambino ci vuole una comunità poiché nessun genitore può farcela da solo, 3) la concertazione della vita del figlio e della famiglia, la quale prevede un mosaico di impegni, da rendere sinergici in un ritmo condiviso, e 4) il saper amare e proteggere i bambini, funzione trasversale alle precedenti (Milani,

2018). Questo implica innanzitutto una visione della genitorialità quale frutto di apprendimento continuo e processuale, legata in maniera imprescindibile al contesto, e l'impossibilità di stabilire con certezza una forma familiare garante della qualità dello sviluppo.

È bene tenere in considerazione anche i 4 rischi ai quali si può andare incontro quando si pensa a nuove strategie per l'educazione intergenerazionale: 1) la deriva funzionalista, 2) quella determinista, 3) quella iperprotettivista e 4) quella colpevolizzante. La prima si riferisce al fatto che la disponibilità di molte ricerche sulla correlazione tra la qualità del *parenting* e gli esiti di sviluppo del bambino può far tralasciare l'obiettivo primario, ossia lo sviluppo ottimale del potenziale umano. La seconda prospettiva implica la tendenza a connettere le diverse forme di malessere individuale e sociale a carenze educative e genitoriali. La terza consiste in un eccessivo investimento ("*overparenting*") sui figli, limitati nella loro possibilità di fare una reale esperienza del mondo esterno. L'ultima deriva consta nell'assumere a capro espiatorio la famiglia, considerata la causa del degrado e dell'"emergenza" educativi (Milani, 2018). Le considerazioni esposte fungono da necessario punto di partenza per la riflessione sul potenziale ruolo supportivo svolto dai social media e rivolto ai genitori. Per comprendere la natura di questo sostegno esercitato dalla rete online, è essenziale la capacità di leggere le situazioni familiari, multifattoriali e solo in parte prevedibili e lineari, in un'ottica che vede nell'integrazione di linguaggi, pratiche e sguardi lo strumento idoneo all'interpretazione della complessità di cui la famiglia e la genitorialità sono indubbiamente portatrici.

A dimostrare che la Rete può essere una risorsa genitoriale è una ricerca del "*Pew Research Center*" (Duggan et al., 2015⁸⁰), che riporta dati interessanti in merito. Si evince che il 74% dei genitori che usano i social media ricevono supporto dai loro amici online (80% madri, 65% padri), il 71% cerca di rispondere ad una domanda posta da un altro utente se pensa di essere in grado di dare una risposta al quesito, il 79% ritiene di ricevere informazioni valide attraverso le loro reti, il 59% ha trovato contenuti utili specificatamente sulla genitorialità (66% le madri, 48% i padri), il 42% ha ricevuto supporto emotivo o sociale online (50% madri, 28% padri), e il 31% ha fatto delle domande sulla genitorialità sui social media. La ricerca mette in luce differenze sostanziali tra figure materne, che sembrano ricevere meno supporto offline e più online, e quelle paterne che, al contrario, pare siano sostenuti maggiormente offline e meno online. In generale però entrambi i genitori riconoscono che i social media per loro rappresentano una specie di "cassetta degli attrezzi" poiché online possono trovare risposta a diversi problemi che riguardano la genitorialità; i *social* sono uno dei primi strumenti genitoriali a disposizione tra varie opzioni. Inoltre, pochi genitori si sono dichiarati contrari (12%) alla pubblicazione di contenuti sui loro figli da parte di amici o altri membri della famiglia e,

⁸⁰ Disponibile al sito: <https://www.pewresearch.org/internet/2015/07/16/parents-and-social-media/>.

in particolare, l'11% ne ha chiesto la rimozione, mentre il restante 88% del campione totale dichiara di non aver problemi con la cosa (Duggan et al., 2015).

Un'altra ricerca, condotta da Cino e Demozzi (2017), ha dimostrato come la rete online fornisca supporto ai genitori. Del campione totale di 216 madri, l'89% fa uso di gruppi Facebook dedicati alle figure genitoriali, reputati una valida risorsa cui far riferimento (92%), utili per allargare la rete di conoscenze (79%) e che le fanno sentire meno sole (87%). Le informazioni più cercate riguardano l'ambito educativo (comportamento, abitudini alimentari, giochi, uso di tecnologie...), pediatrico (vaccinazioni, ferite, farmaci...) e scolastico (servizi del territorio, compiti a casa, rapporto con gli insegnanti...) (Cino & Demozzi, 2017). Come affermano gli stessi ricercatori «forse nell'epoca delle dis-alleanze nei contesti educativi i genitori avvertono il bisogno di rispondere autonomamente a una mancanza percepita in termini relazionali con i professionisti della cura?» (Cino & Demozzi, 2017, p. 163). Contini e collaboratori (2014) esplicitano il modo in cui i social media compensano le assenze dei professionisti avvertite dai genitori:

genitori inesperti comunicano in rete il problema educativo che non sanno affrontare e, anche in piena notte, ricevono la risposta di qualcuno: risposta che appare preziosa, affidabile, risolutiva, prevalentemente perché accoglie la loro ansia e la placa, dichiarandola comune a tanti, presente anche nella propria esperienza e superata attraverso la “soluzione” che propongono. E a quel punto, anche quei genitori inesperti finiscono per sentirsi depositari di una prospettiva pedagogica, competenti nel risolvere quel tipo di problemi, in grado di porsi come “maestri” nei confronti di altri: e un nuovo circuito di “idee” pedagogiche si impone, si allarga, si cristallizza (Contini et al., 2014, in Cino & Demozzi, 2017, p. 164).

Quando i professionisti non forniscono il supporto genitoriale necessario, i social media, data la facilità di accesso sulla quale si fondano, vengono in aiuto ponendosi come alleati del genitore in difficoltà. È fondamentale però ricordare che non è necessaria l'interazione o la condivisione per ricevere assistenza poiché i genitori possono sentirsi sostenuti anche solo leggendo le esperienze degli altri (Haslam & Banker, 2017). I forum genitoriali, per esemplificare, si dimostrano particolarmente adatti per «ottenere supporto per dilemmi, sfide e difficoltà della genitorialità, offrendo al contempo ai genitori quadri di riferimento mediati per discutere, interpretare e dare un senso alle loro esperienze»⁸¹ (Cino & Dalledonne Vandini, 2023, p. 1156).

⁸¹ Trad. it. mia.

Un altro studio sullo *sharenting* a cura del C.S Mott Children's Hospital (Davis et al., 2015⁸²) con un campione nazionale di genitori di bambini di età 0-4 anni, ha rivelato che la maggior parte dei genitori (84% madri, 70% padri) dichiara di usare social media quali Facebook, *forum* online e *blog*. Mentre il 56% delle madri discute sui *social* riguardo la salute del bambino e argomenti genitoriali, solo il 34% dei padri fa lo stesso. I consigli principali che vengono richiesti online concernono la messa a letto dei bambini (28%), i suggerimenti nutrizionali (26%), la disciplina (19%), l'asilo nido/scuola dell'infanzia (17%), e i problemi comportamentali (13%). I dati riportano che i genitori hanno la sensazione di non sentirsi soli (72%) quando si confrontano con gli utenti attivi sui social media, di imparare cosa non bisogna fare in determinate situazioni (70%), di ricevere consigli da genitori più esperti di loro (67%), e affermano che i *social* li aiutano a preoccuparsi meno (62%).

I social media, in accordo con la letteratura (Haslam & Banker, 2017), forniscono supporto emotivo utile per convalidare il senso di insicurezza e di colpa che i genitori spesso provano. Essi possono anche confermare il loro uso adeguato delle strategie genitoriali attraverso elogi e incoraggiamenti provenienti da altri genitori online, i quali possono spronare e incoraggiare con i loro commenti positivi. Secondo una ricerca di Haslam e Banker (2017) dell'University of Technology del Queensland (Australia), con un campione di 523 genitori con almeno un bambino di età 2-12 anni, ci sarebbe una correlazione positiva tra la percezione da parte dei genitori del supporto sociale come vantaggioso per il *parenting* e i livelli da loro riportati di supporto sociale online percepito: i genitori che trovano il supporto online utile sono più inclini a cercare sui *social* aiuto, consigli e sostegno in futuro. Inoltre, i dati dimostrano che i genitori che dichiarano alti livelli di sostegno sono più portati a concepire il supporto online come positivo (Haslam & Banker, 2017).

La ricerca di Ammari e Schoenebeck (2015) risulta rilevante perché, coinvolgendo un campione interamente composto da padri, mette in luce come anch'essi utilizzino le piattaforme quali validi strumenti di supporto alla genitorialità. Dai risultati emerge che uno dei principali motivi che spingono le figure paterne ad affidarsi ai social media è imparare ad essere padre: osservando le esperienze genitoriali altrui, essi apprendono dai loro errori, mettono in discussione le loro pratiche o si sentono rassicurati quando vedono che gli altri hanno affrontato difficoltà simili. I partecipanti alla ricerca hanno anche esplicitato il fatto che avvertono gli spazi online come sicuri e protetti, ideali per discutere le difficoltà genitoriali incontrate o per scaricare la tensione dovuta alla gestione dei figli o anche al rapporto con il/la compagno/a (Ammari & Schoenebeck, 2015).

⁸² Disponibile al sito: <https://mottpoll.org/reports-surveys/parents-social-media-likes-and-dislikes-sharenting>.

Uno studio di Charlotte Chalklen e Heather Anderson (2017), docenti della “School of Communication, International Studies and Languages” presso l’University of South Australia, esplorando il “*privacy/openness paradox*”, hanno rivelato che i genitori riconoscono il valore di Facebook⁸³ quale strumento che permette di connettersi con altre madri e padri e di accedere a informazioni utili. Il 72% del campione ha affermato, infatti, che il social network in questione ha aiutato nella risoluzione di problemi genitoriali, e quasi un terzo degli intervistati ha riscontrato una mancanza di supporto familiare e sociale, sottolineando invece come Facebook abbia “compensato” alcune di queste assenze permettendo loro di stabilire delle connessioni con altri genitori (Chalklen & Anderson, 2023).

Un altro punto di grande interesse è quello esaminato da Lavorgna e Tartari (2023) nel loro studio che prevedeva l’osservazione di un totale di sei comunità online focalizzate su salute e benessere (disturbi del sonno, deficit dell’attenzione/iperattività- ADHD, e bisogni educativi speciali), e la somministrazione di interviste narrative ad alcuni amministratori e amministratrici delle *community* indagate. Da quanto emerge dai dati raccolti, le culture genitoriali offline e quella della genitorialità intensiva esercitano una pressione tale da determinare lo *sharenting* e il coinvolgimento dei genitori nelle comunità online osservate dalle ricercatrici. Queste alcune delle conclusioni di Lavorgna e Tartari sui risultati ottenuti:

i genitori mostrano [...] la necessità di trovare un equilibrio tra aspettative esterne offline (quelle ad esempio dei familiari, dei parenti, degli amici, o dei vari esperti e professionisti che incontrano e consultano), le aspettative interne (ovvero le rappresentazioni che hanno della loro stessa genitorialità), e le risorse a disposizione online per esercitare tale genitorialità. Online hanno l’opportunità di accedere a un confronto tra pari, orizzontale e corale quindi, in cui vengono offerte [...] informazioni ed esperienze [...] forme di sollievo dalle richieste e dalle aspettative della genitorialità intensiva. I gruppi online servono anche a evitare il peso dei giudizi delle cerchie sociali offline sull’operato dei genitori. Le madri sembrano quindi usare i gruppi come sistema di messa a punto delle proprie preoccupazioni attraverso il confronto con gli altri (Lavorgna & Tartari, 2023, pp. 106-107).

La volontà di contribuire alla costruzione di un immaginario alternativo della genitorialità è un altro motivo di estremo interesse. Un sito e il suo relativo gruppo *social* chiamato “*Mammadimerda (MdM)*”, seguito da Ginevra (20 anni) e oggetto di uno studio di Cino (2020b), e il suo motto “*sii pinguina*”, sono particolarmente rilevanti in questo senso. Alla base di questa *community* vi è l’idea che, come le mamme pinguine depositano le uova e lasciano ai papà il compito di covarle finché non

⁸³ Lo studio ha raccolto 117 questionari e 17 interviste di genitori che si dovevano esprimere sul comportamento di condivisione sul social network Facebook.

si schiudono, anche quelle umane non devono sentirsi colpevoli di staccarsi dai loro figli. L'idealtipo pedagogico materno alternativo che viene proposto ha come fine ultimo il ripensamento del "buon genitore", costantemente e "naturalmente" dedito alla cura dei bambini. *MdM* intende creare un ambiente per le madri disperate, che pensano di essere "cattive" solo perché provano sollievo quando stanno lontano dai figli, dando voce dunque alle difficoltà non dette della maternità. Come sottolinea Cino (2020b) questo gruppo si pone, attraverso un linguaggio provocatorio e dissacrante, come «esempio di contro-cultura pedagogica che sfida il senso comune» (Cino, 2020b, p. 83) e che permette, attraverso scambi, testimonianze e consigli di dare risposta alla solitudine delle madri alla ricerca di consiglio.

3.2 *Lo sharenting tra culture partecipative e dilemmi digitali*

Le ricerche sulla comunicazione hanno riconosciuto ai social media la «potenzialità di facilitatori dei rapporti sociali, in grado di dare vita a pratiche partecipative [...] e promuovere un empowerment soggettivo in senso civico dei cittadini» (Rega & Lovari, 2019, p. 197). La letteratura sullo *sharenting* ha cercato, tenendo presenti queste considerazioni, di orientare il dibattito sul fenomeno in direzione di un ripensamento delle criticità evidenziate. Scandagliare la pratica di condivisione dei genitori da più punti di vista permette di scoprirne le opportunità o predisporre le occasioni affinché esse si creino. Le culture partecipative, le cui pratiche si strutturano attorno ai media e ai linguaggi mediali, sono forme culturali indagate da un lato nella forma della comunità di pratica (Wenger, 1998), dall'altra nella forma delle comunità interpretative. Il costrutto di "comunità di pratica" si deve ad Etienne Wenger, importante sociologo svizzero, e viene utilizzato per affermare «l'interesse per i gruppi reali presenti nella vita quotidiana e per sottolineare i processi di negoziazione e costruzione di significati condivisi» (Mantovani, 2003, p. 157). Il termine è caratterizzato da tre dimensioni: 1) l'impegno reciproco ("*mutual engagement*") o dominio comune, 2) un'impresa comune ("*joint enterprise*") o comunità, e 3) un repertorio condiviso ("*shared repertoire*") o pratica. Le pratiche esistono perché gli individui sono occupati in azioni i cui significati vengono tra loro negoziati e questo implica la condivisione di un impegno con gli altri, organizzando le proprie interazioni attorno a quest'ultimo. La dimensione dell'impresa comune chiarisce la necessità di obiettivi condivisi, i quali sono il risultato del processo di negoziazione che si sviluppa quando avviene un'interazione che parte da un impegno reciprocamente condiviso. Wenger sottolinea che non è fondamentale che tutti credano nelle stesse cose ma, piuttosto, che queste siano negoziate collettivamente. Il repertorio condiviso, infine, implica una base comune di interpretazione del mondo, un repertorio condiviso di risorse (esperienze, storie, strategie, modi di approcciare problemi ricorrenti...) che richiede tempo e interazione continua (Wenger, 1999; Mantovani, 2003; Boccia Artieri, 2012; Cino, 2022c). La comunità di pratica non

nasce necessariamente con intenzionalità educativa perché l'apprendimento può essere sia il fine ultimo sia una risultante informale del processo: Wenger affermando questo riconosce il valore plurimo delle comunità di pratica che possono avere luogo sia online sia offline, in maniera formale o del tutto informale.

A partire da queste premesse alcuni studi hanno analizzato lo *sharenting* come possibile promotore di comunità di pratiche. Cino (2022c), in particolare, si è soffermato sui forum genitoriali che prendono vita online, esaminandone le potenziali affinità con le comunità pensate da Wenger. In questi contesti, il dominio di riferimento è rappresentato dalla genitorialità, soprattutto quella che enfatizza l'importanza del ruolo socialmente attribuito al genitore in una veste quasi professionalizzante. La dimensione comunitaria è costituita dalle interazioni discorsive che permettono di co-costruire e negoziare collettivamente i significati della genitorialità e dell'impresa comune. La pratica, infine, si forgia a partire dalla «condivisione di storie che rimandano a contesti e azioni concrete e attivano/sostengono specifici circoli ermeneutici» (Cino, 2022c, p. 101). La prassi narrativa digitale adottata dai genitori costituisce un terreno interattivo che favorisce l'apprendimento e la produzione di nuove conoscenze e pratiche condivise mediante un «incessante lavoro di “bricolage” di rappresentazioni, proposte, giustificazioni, giustapposizioni, narrazioni, contrapposizioni, conflitti, argomentazioni, decisioni, incomprensioni» (Mantovani, 2003, pp. 167-168), che coinvolgono attivamente le figure genitoriali nella definizione e ridefinizione del loro *modus operandi* e delle loro esperienze, ma anche del discorso pubblico sul *parenting*. Altro aspetto indagato da Cino (2022c), e pressoché taciuto dalla trattazione mediatica sullo *sharenting*, è quello attinente ai dilemmi digitali che palesano come le esperienze genitoriali digitali siano interpretate e ragionate dagli *sharents* o non-*sharents*. Nello specifico il ricercatore ha analizzato i contenuti di 665 discussioni attivate dalle madri che interagivano nel forum, illustrandone i dilemmi vissuti. Il 76% dei *post* riporta condizioni dilemmatiche, le quali sono state distinte in due tipologie: la prima riguarda i dilemmi associati al comportamento di condivisione dell'Original Poster (OP) (57%), e la seconda che invece pertiene l'attività di *sharing* operata da altri soggetti (43%). I dilemmi digitali sono stati inoltre classificati in dilemmi pre-nascita (46%) (precedenti la nascita del bambino; gravidanza, genere del nascituro e parto) e post-nascita (54%) (dopo la nascita del bambino). In breve, i risultati riportati da Cino dimostrano che le scelte di condivisione dei genitori non vengono prese alla leggera ma, piuttosto, vengono pensate e ragionate anche attraverso la rete stessa. Le madri del campione espongono i loro dubbi su svariati temi. Per fare degli esempi: una madre ha espresso la sua incertezza circa la possibilità di annunciare la sua gravidanza sui social media; un'altra, che ha condiviso fino a quel momento foto e video del proprio figlio online, si mostra ora indecisa sul comportamento da assumere su questa prassi che ha sempre considerato come qualcosa di normale; altre due madri invece raccontano le tensioni che si generano quando

l'identità digitale del "minore" viene creata da terzi, in questo caso la suocera e i professionisti dei servizi educativi, senza chiedere il consenso ai genitori. La ricerca di Cino risulta di vitale importanza nel panorama letterario sullo *sharenting* perché conferisce ai genitori un livello di riflessività sulla pratica, che corrisponde alla messa in discussione della legittimità e dell'appropriatezza morale del loro o altrui comportamento di condivisione sui social media. In definitiva «poiché la moralità può essere discussa e costruita in modo interattivo [...] i forum genitoriali possono valorizzare nuovi modi per orientare moralmente i genitori, come è stato dimostrato rispetto a diversi argomenti come la gravidanza, la nascita o le scelte di salute» (Cino & Dalledonne Vandini, 2023, p. 1156).

3.3 *La Social Network Society come luogo narrativo e formativo per genitori*

Boccia Artieri (2012) ha spiegato egregiamente come nella società contemporanea la «presentazione del mondo come uno spettacolo, come una serie di performance» (pp. 80-81) abbia assunto un ruolo pervasivo nella vita quotidiana. Alla «spettacolarità» si affianca, secondo l'autore, il «narcisismo», che porta le persone a concepirsi come attori di un teatro in cui il pubblico, reale o immaginario, li osserva attentamente. Il sociologo italiano sottopone a disamina questi cambiamenti che riguardano da vicino anche l'esperienza, la quale «non sta più solo nel fare esperienza dell'esperienza, come nei media di massa, ma nel performare [poiché] narrazione ed interazione si intrecciano, e si complicano» (Boccia Artieri, 2012, p. 82). Le culture partecipative instaurate con i social media potenzialmente promuovono delle «comunità riflessive [...] che richiedono confronto ed impegno ed un'elaborazione del senso dipendente dallo stare in relazione con gli Altri» (Boccia Artieri, 2012, p. 86) che, applicate allo *sharenting*, rendono i social media dei territori in cui i genitori possono, in collaborazione con gli altri utenti, contribuire alla costruzione di nuovi significati sulla genitorialità e nuove rappresentazioni di questa, promuovendo la riflessività, la formazione, la compartecipazione e delle alternative alla tradizionale narrazione del *parenting*.

Il panorama di studi sulle pratiche genitoriali digitali ha ammesso che i social media possono dar voce ai vissuti e ai disagi sperimentati dai genitori in «un'esistenza che appare frammentata e molteplice, opaca e caotica» (Formenti, 2014, p. 14). Il web sociale e le sue piattaforme diventano quindi «strumenti per narrare la propria genitorialità [...] parti integranti dell'esperienza quotidiana» (Cino, 2022, p. 95). I social media sono stati riconosciuti anche per la rilevanza che possono assumere in quanto luoghi in cui si realizzano il *digital storytelling* e le «*small-stories*» (Georgakopoulou, 2007, in Cino, 2022c). Il primo si riferisce al «racconto di storie attraverso i media [e alla] costruzione di artefatti multimediali realizzati con mezzi digitali che vengono, poi, trasformati in un'organizzazione narrativa, interpretata come risorsa importante per favorire l'apprendimento e concretizzare la condivisione della conoscenza» (Bagnato, 2020, p. 207). Le *small stories*, invece sono «micro-narrazioni»

che riguardano aspetti quotidiani dell'essere genitori (e della genitorialità digitale), si rivolgono a un determinato pubblico e vengono significate da scrittori e lettori delle storie narrate aggrappandosi all'esperienza individuale, collettiva e le sue connessioni con il contesto culturale in cui si verificano (Cino, 2022c). Il valore formativo e sociale della narrazione è stato ampiamente riconosciuto dalla letteratura (Demetrio, 1995).

Allo stesso modo, alcuni autori hanno messo in evidenza il ruolo altrettanto significativo che la narrazione della genitorialità attraverso i social media può favorire: questi strumenti possono diventare «fonte di condivisione di esperienze, dubbi e riflessioni in grado di promuovere l'attivazione di processi educativi informali [...] rispetto al come esercitare la genitorialità, nonché strumento per mettere in scena l'essere genitori» (Demozzi et al., 2019). Se è vero quindi, come ha osservato Boccia Artieri (2012), che nella società contemporanea assumono un significato peculiare i concetti di “spettacolo” e “narcisismo”, anche la genitorialità viene rappresentata in ordine a questi principi. I social media, in cui il “mettere in mostra” è principio cardine, se usati consapevolmente, possono diventare dei luoghi in cui dalla mera “vetrinizzazione” si possono ricavare processi riflessivi e trasformativi. Questo riconoscimento è possibile solo se si è disposti ad andare oltre la presunta dimensione egoistica dello *sharenting*, per esplorare invece le possibilità che i genitori hanno di «esercitare e performare» (Demozzi et al., 2019) la genitorialità in una cornice interpretativa basata sulla capacità di rielaborare e riflettere sulle proprie azioni, di raccontare le proprie esperienze e i propri vissuti genitoriali (attribuendovi, dunque, un valore significativo), e, contemporaneamente, contribuire alla costruzione di nuove pratiche discorsive e narrative sullo *sharenting* e, più in generale, sull'esistenza di forme molteplici di essere genitore.

CAPITOLO IV: LE VOCI DEI GENITORI SULLO *SHARENTING*: UN'INDAGINE ESPLORATIVA

Il dilemma dello *sharenting*, che consiste nella coesistenza di rischi e possibilità, richiede un'attenzione peculiare per quelli che sono i principali attori di questa pratica digitale: i bambini, che vengono esposti sui social media, e i genitori, che ne raccontano le storie online attraverso contenuti di varia natura (fotografica, testuale, ecc...). Dopo aver vagliato gli studi sullo *sharenting* (cap. 3), i quali hanno individuato delle criticità dovute ai rischi di cui questo fenomeno si fa portatore (cap. 2), e le opportunità che si possono scorgere in questo nuovo modo di raccontare e vivere la genitorialità negli spazi online, viene approfondito il tema in oggetto attraverso uno sguardo interpretativo che coinvolge le figure genitoriali considerate le principali promotrici del fenomeno dello *sharenting*. In questo capitolo viene presentato il disegno della ricerca (par. 4.1), illustrandone alcune premesse e gli obiettivi, il contesto e i protagonisti della ricerca (par. 4.2) e la metodologia utilizzata (par. 4.3).

1. Il disegno della ricerca: premesse e obiettivi

Come è stato ampiamente sottolineato nei capitoli precedenti, lo *sharenting*, sia nell'opinione pubblica sia in alcuni articoli scientifici, viene solitamente discusso da un punto di vista critico e colpevolizzante nei confronti dei genitori che lo praticano. Viene spesso posto l'accento sui pericoli da scongiurare, senza parlare di "rischi" che invece sembrano essere, nella riflessione socio-pedagogica che questo studio intende sviluppare, una categoria più adatta per la definizione degli aspetti dilemmatici dello *sharenting*. Le premesse di questa ricerca, dunque, riguardano la necessaria consapevolezza che la differenza tra rischio e pericolo è cruciale nello scardinare la narrativa offensiva nei confronti degli *sharents* promossa dai media, e l'assunzione di uno sguardo aperto e non limitante conscio del fatto che i nuovi linguaggi e canali, diffusi nei contesti mediatici, possono offrire molteplici opportunità alle famiglie, e non solo. È necessario considerare, inoltre, come la governance dello *sharenting*, l'*agency* rappresentativa e i dilemmi digitali costituiscono un campo di riflessione complesso, che comprende una molteplicità di oggetti di studio e di questioni che possono essere esaminati con l'ausilio di quadri interpretativi differenti, che fanno riferimento ad approcci di indagine e prospettive di analisi specifiche. La scelta di fare ricorso ad un approccio piuttosto che ad un altro dipende da come la relazione tra infanzia, famiglia e media viene concettualizzata e da quali aspetti di tale relazione si sceglie di porre al centro della riflessione, aprendo così la strada a diversi orizzonti di ricerca.

Lo studio condotto parte dalla volontà di esplorare lo *sharenting* attraverso le voci dei soggetti che vivono l'esperienza di *digital parenting* in prima persona: le madri e i padri di famiglia. Ascoltare i

significati che le figure genitoriali attribuiscono a questa pratica permette, senza dubbio, il consolidamento o la messa in discussione del sapere socio-pedagogico che si è costruito sul tema, ma anche la creazione di nuove conoscenze che possono contribuire all'interpretazione delle nuove culture genitoriali digitali. L'indagine condotta intende trovare risposta alle seguenti macro-domande di ricerca:

- i) dal punto di vista degli intervistati, quali sono le motivazioni e i significati della condivisione o della non condivisione?
- ii) Di quali modelli di infanzia e genitorialità si fanno promotori gli *sharents*?
- iii) Quali dilemmi sono insiti nella nuova pratica genitoriale digitale e quali strategie possono essere valide per conciliare la condivisione alla tutela dell'immagine del minore?

Questi sono i principali interrogativi da cui ha preso vita lo studio e attraverso i quali il percorso di ricerca si è sviluppato. Assumendo le prospettive teoriche delineate nei primi tre capitoli, l'indagine si è concentrata sull'individuazione delle risposte a tali domande, rintracciando i significati che i genitori assegnano allo *sharenting* nella vita di tutti i giorni, e riflettendo sul valore potenzialmente formativo di questa pratica di condivisione e sul *modus operandi* che chi si occupa di educazione potrebbe adottare. Lo studio intende altresì trovare riscontri e/o convergenze con quanto il lavoro di ricerca empirica ha ravvisato sul fenomeno dello *sharenting*.

In definitiva, lo studio è motivato da due convinzioni: la prima consiste nel pensare lo *sharenting* non come una dimensione prettamente genitoriale ma piuttosto come un fenomeno che risente dell'influenza di un sistema più ampio contraddistinto da molteplici attori, tra i quali risaltano i professionisti dell'educazione. Questi ultimi sono figure che si impegnano a garantire il sostegno alla genitorialità, anche digitale, tanto agognato e difficilmente garantito. Assumere uno sguardo socio-pedagogico sulla nuova tendenza genitoriale consente un'ammissione di consapevolezza circa la possibile educabilità dei genitori sull'esperienza di condivisione online di contenuti ritraenti i loro figli. La seconda convinzione che si erge a fondamento di questa ricerca è legata alla credenza che uno strumento privilegiato per l'analisi dello *sharenting* è l'insieme delle rappresentazioni, delle idee e delle concezioni che i genitori hanno della pratica, che può portare alla creazione di cornici progettuali in cui formazione e trasformazione dei comportamenti e dei contesti rappresentano il centro di riflessione e di azione.

2. Metodologia della ricerca

Per dare risposta alle domande di ricerca, sono stati scelti due metodi qualitativi di indagine, le interviste episodiche e il focus group, che permettono di assegnare particolare attenzione non solo all'unicità e peculiarità dell'esperienza di ogni soggetto coinvolto, ma anche di indagare le varie declinazioni della narrazione sullo *sharenting*.

Ciò che contraddistingue la ricerca qualitativa è il coinvolgimento del ricercatore che interagisce con il soggetto e giunge ad un'interpretazione delle opinioni, dei comportamenti e delle rappresentazioni di quest'ultimo. In questo caso, l'obiettivo primario è la comprensione dei significati che i genitori attribuiscono e costruiscono, del loro modo di pensare, di interpretare e dare senso alle proprie e altrui esperienze di condivisione online, tenendo in debita considerazione la realtà sociale e il contesto di riferimento nell'analisi dei vissuti digitali genitoriali. L'adozione dei metodi qualitativi selezionati rende i risultati difficilmente generalizzabili, data la singolarità e unicità dei partecipanti che compongono il caso di studio, ma al contempo tali metodi permettono di restituire una maggiore complessità delle narrazioni, esperienze e rappresentazioni indagate cogliendo appunto i processi di significazione della pratica.

Il caso di studio è composto da 25 interviste con i genitori e successivamente da un focus group che ha coinvolto una parte di essi (si veda par. 3 di questo capitolo).

La prima tecnica di indagine scelta è quella dell'intervista episodica, il cui promotore è Uwe Flick (2009), sociologo tedesco e professore di "*Ricerca qualitativa sociale ed educativa*" presso l'Università libera di Berlino. Il metodo di indagine proposto da Flick ha come principali fondamenti teorici la psicologia narrativa e la teoria della memoria episodica e semantica pensata da Tulving (1972). Il sociologo interpreta le esperienze dei soggetti di un certo dominio come immagazzinate e ricordate in forma di conoscenza (memoria) narrativa-episodica e semantica (Flick, 2009): la prima riguarda i ricordi degli eventi e degli episodi di vita (esperienze vissute in prima persona e contestualizzate in termini spazio-temporali), mentre la seconda si basa su simboli, assunzioni e relazioni che si creano tra di loro (considerazioni più astratte, generalizzate e decontestualizzate). L'intervista si basa sulla combinazione di inviti al racconto di episodi specifici e concreti delle esperienze vissute, e inviti alla risposta a quesiti di carattere più generale (Flick, 2009; Romaioli, 2017).

Da un punto di vista operativo, è stata preparata una traccia iniziale di intervista con domande prestabilite, la quale tuttavia è servita come generale schema di riferimento. Si è optato in altri termini per un'intervista semi-strutturata al fine di soddisfare le esigenze della ricerca e, al tempo stesso, garantire ai partecipanti un margine di libertà sufficiente perché possano scegliere e raccontare gli episodi che loro stessi ritengono più rilevanti nel rispondere alle domande poste. L'intervista semi-strutturata permette inoltre di modificare l'ordine dei quesiti e le domande stesse in funzione delle necessità, delle preoccupazioni, degli interessi e delle preferenze dell'intervistato.

Nello specifico, sono state predisposte due tracce di intervista, una per chi pratica lo *sharenting* e l'altra per chi non lo pratica, che chiedono di raccontare episodi personali legati ad una certa esperienza di condivisione (es. "Mi può fare degli esempi di situazioni in cui ha condiviso online foto, video o commenti con protagonista suo/a figlio/a. In quale contesto si trovava?", "Mi può raccontare

il primo ricordo di suo/a figlio/a che ha condiviso con altre persone?”), che esplorano una dimensione ipotetica futura (es. “Secondo lei, in futuro come si relazionerà suo/a figlio/a adolescente con l’immagine virtuale creata?”), e che invitano a fornire definizioni soggettive e individuare delle relazioni astratte (es. “Dal suo punto di vista, in che modo la condivisione può rappresentare un rischio/ un’opportunità?”). Le altre domande inserite nelle tracce sono distinguibili in dirette (es. “Cosa valuta quando trova materiale, pubblicato da altri genitori, sui loro figli?”, “Mi può fare degli esempi di contenuti pubblicati da altri genitori che ha trovato inappropriati o disturbanti/ che ha apprezzato?”), indirette (es. “Si è mai confrontato con genitori che la pensano come lei/ diversamente da lei? Su cosa nello specifico? In che contesto?”), e sonda, che servono per sollecitare e incoraggiare la risposta degli intervistati. Al centro dell’intervista sono stati posti i vissuti e le riflessioni o narrazioni di eventi degli intervistati (es. “Come si comporta con amici o familiari che vorrebbero condividere contenuti su suo/a figlio/a? Mi può fare degli esempi di situazioni in cui ha stabilito dei limiti/divieti per queste persone?”, “Mi faccia degli esempi di come si è sentito prima e dopo aver pubblicato materiale che riguardava suo/a figlio/a”).

Alle interviste è seguito un focus group, una tecnica di interazione introdotta dal sociologo statunitense della corrente funzionalista Robert R. Merton che, in collaborazione con Patricia Kendall e Marjorie Fiske, scrisse il primo manuale sulla discussione di gruppo, dal titolo “*The Focused Interview*” (Merton, Fiske, Kendall, 1992). Questa tecnica, integrata alle interviste individuali, permette di raccogliere e discutere in gruppo i diversi punti di vista dei genitori sullo *sharenting*, per stimolare la produzione di nuovi concetti e idee sulla pratica di condivisione genitoriale e creare dei significati condivisi. Gli aspetti relazionali e comunicativi del focus group, oltre a quello interpretativo e riflessivo, vengono riconosciuti come imprescindibili nella costruzione e negoziazione di narrazioni sullo *sharenting* e, in senso più ampio, sulla responsabilità genitoriale nell’era digitale. Il focus group, come l’intervista, è semi-strutturato e prevede l’utilizzo di una serie di immagini e un video⁸⁴ da visualizzare in loco e sui quali i partecipanti possono esprimersi liberamente (sempre sotto la guida attenta della ricercatrice) al fine di orientare la riflessione e introdurre le domande stimolo del focus group. Il moderatore ha il compito di stimolare la discussione e il confronto sul tema a partire dalle domande che egli stesso pone, e si erge ad osservatore delle dinamiche comunicative e dialogiche che si generano, poiché «il confronto favorisce [...] la costruzione intersoggettiva di un argomento e

⁸⁴ Disponibili in appendice. Questi contenuti sono stati scelti sulla base degli obiettivi della ricerca e cercando di stimolare la riflessione su determinati aspetti dello *sharenting* (es. pubblicazione dei personaggi famosi vs. genitori “comuni”; uso di strategie di *mindful sharenting*; natura e tipologia dei contenuti da considerare “appropriati”, “piacevoli” o che possono mandare un messaggio; uso commerciale di contenuti pubblicati dai genitori). La scelta di queste foto nello specifico è stata effettuata seguendo dei tag per gli *sharents* “comuni” (es. *#bagnettotime*, *#daughter*, *#birth*...) o prendendo in considerazione personaggi famosi abbastanza conosciuti o quelli su di cui si discute in maniera accesa soprattutto quando si tratta di *sharenting* (Aurora Ramazzotti, Chiara Ferragni, Alexander Ludwig).

anche le contraddizioni interne al gruppo sono considerate risorse per la negoziazione collettiva del tema» (Acocella, n.d.). Il raffronto continuo che contraddistingue questo metodo di indagine offre al ricercatore la possibilità di definire le posizioni individuali che, in un processo di «*sharing and comparing*» (Acocella, n.d.), comparati ai pareri degli altri partecipanti, consente di interpretare i significati soggettivi e le molteplici sfumature velate di uno stesso termine o espressione.

Si ritiene che i metodi adottati da questa ricerca possano garantire una comprensione più puntuale di quelli che sono gli atteggiamenti dei soggetti coinvolti nei confronti del fenomeno di esposizione online dei “minori”. Come sosteneva Billing (1987) «le persone hanno atteggiamenti su questioni controverse, su cui ci si aspetta che le persone possano avere atteggiamenti favorevoli o contrari [...] un atteggiamento si riferisce a una presa di posizione su un argomento che è oggetto di un dibattito pubblico su cui esistono posizioni diverse [...] il contesto sociale degli atteggiamenti è costituito dalla presenza di una controversia» (Billing, 1987, in Mantovani, 2008, p. 43). Partendo da questa premessa possiamo dunque riconoscere che lo *sharenting*, questione contraddittoria per eccellenza, porta all’assunzione di un punto di vista sulla pratica che viene argomentato e discusso nelle interviste e nel focus group.

3. Contesto e protagonisti della ricerca

Studiare la condivisione genitoriale sui social media significa adottare come oggetto di studio la vita quotidiana: l’attività quotidiana, infatti, è intessuta di pratiche e, tra queste, risalta anche quella dello *sharenting*. Se è vero che «nella vita quotidiana [...] le persone sono immerse in un contesto sociale, sono membri di “comunità di pratiche”» e che «non è possibile comprendere l’interazione tra esseri umani e con l’ambiente senza tenere conto del loro agire e parlare nella vita di ogni giorno» (Mantovani, 2008, p. 30), allo stesso modo, i significati dello *sharenting* non possono essere pienamente afferrati se non si considerano le narrazioni e i pensieri, influenzati dal contesto e dal loro modo di intendere e vivere la genitorialità, che i genitori hanno su di esso.

Per questa ragione di affinità al quotidiano e per scandagliare le conoscenze sui discorsi sullo *sharenting*, le interviste hanno coinvolto 25 genitori (tra i 20 e i 50 anni) di bambini con meno di 10 anni di età, affinché potessero dar voce a riflessioni inedite e contestualizzate sullo *sharenting*. Il campione è composto da 3 uomini (tra i 23 e i 34 anni) e 22 donne (tra i 20 e i 50 anni). Tutti i partecipanti sono di nazionalità italiana, ad eccezione di una donna araba e una romena. Nel campione totale, 14 genitori hanno due figli, 9 ne hanno uno, 1 ne ha quattro, e 1 ne ha tre. La scelta di selezionare esclusivamente genitori di bambini di età inferiore ai 10 anni è dovuta alla relativa novità del fenomeno che, come dimostrato dalla letteratura, riguarda in maniera peculiare i genitori più giovani. Le interviste sono state somministrate in via telematica e hanno avuto una durata variabile, da 35 minuti a un’ora

e mezza. Previa autorizzazione degli intervistati, il colloquio è stato audio-registrato e si è cercato, in base anche alle esigenze dei partecipanti, di condurre l'intervista in un ambiente silenzioso per evitare di creare distrazioni.

Il secondo metodo di indagine utilizzato, il focus group, svolto in presenza in data 28 aprile 2023, presso l'abitazione della ricercatrice, ha previsto la partecipazione di 11 dei 25 genitori ai quali erano state somministrate le interviste. I partecipanti sono tutti di nazionalità italiana, di età compresa tra i 26 e i 46 anni: 2 sono uomini (32 e 34 anni di età) e 9 sono donne (tra i 26 e i 46 anni di età). Degli 11, 5 hanno un figlio solo, 5 hanno due figli, e 1 ne ha tre. La discussione è stata, con il consenso di tutti i partecipanti, audio-registrata ed è durata 2 ore e 30 circa. È avvenuta in un ambiente preparato precedentemente dalla ricercatrice disponendo un tavolo al centro, in cui è stato collocato il proiettore posizionato in modo tale da garantire a tutti la visione delle immagini che introducono il dibattito, e le sedie a cerchio in cui far accomodare i partecipanti.

4. Definizione delle procedure di analisi

Alla conduzione di interviste e focus group con i genitori segue la fase di trascrizione delle registrazioni effettuate, fondamentale per garantire un'analisi ottimale dei risultati. La traduzione dal parlato allo scritto è stata operata nella maniera più fedele possibile alle risposte degli intervistati. Seguendo parzialmente il modello di Gail Jefferson (1973) è stata prestata attenzione a determinate caratteristiche, tali sono la comunicazione non verbale (risate, sorrisi, ecc...), le pause e i silenzi (Mantovani, 2008).

Nel processo di trascrizione ai partecipanti sono stati assegnati dei nomi di fantasia che rispettano il genere dell'intervistato e tra parentesi viene sempre specificata l'età del soggetto.

Per l'analisi e l'interpretazione, che verranno argomentate nel dettaglio nel prossimo capitolo, è stato usato un approccio interpretativo-fenomenologico⁸⁵, mirato ad approfondire i significati soggettivi che i partecipanti hanno delle loro personali esperienze. Questo tipo di analisi dà l'opportunità di comprendere in modo approfondito come l'intervistato interpreta ciò che vive. In questo senso, è stata rilevante la partecipazione al focus group di persone che erano già state intervistate: questo ha consentito di vagliare le dinamiche di gruppo, avendo già sondato il contesto e le cornici interpretative

⁸⁵ «La Interpretative Phenomenological Analysis (IPA) è un metodo di studio di recente sviluppo (Smith, 1996; Smith, Jarman, Osborne, 1999; Kvale, 1996; Shaw, 2001) che sembra rispondere all'esigenza, propria della fenomenologia, di accedere alla sfera del vissuto personale» (Cantarella, 2018). I livelli che prevede questo tipo di analisi sono tre: 1) idiografico, poiché il focus non è su una legge o un principio particolare, ma piuttosto lo studio del particolare e del singolo caso; 2) interpretativo, poiché ciò che interessa è la relazione che i partecipanti instaurano con il mondo e i significati che vi attribuiscono; 3) fenomenologico, perché la ricerca deve cogliere la verità soggettiva, considerato i partecipanti come soggetti esperti del fenomeno oggetto di indagine.

Disponibile al sito: <https://www.psicologiafenomenologica.it/analisi-interpretativa-fenomenologica/>.

dei singoli soggetti. Si parte quindi dal presupposto che per comprendere il mondo bisogna prima conoscere l'esperienza che ciascuno ha del mondo, dei vissuti e delle rappresentazioni di soggetti che sono già inseriti in un contesto relazionale, linguistico, culturale e fisico (Cantarella, 2018).

Tornando al focus group, nella fase di interpretazione ci si è curati soprattutto dell'interazione e delle dinamiche che si instaurano tra i partecipanti, mettendo a fuoco anche i significati che il gruppo o i singoli assegnano ai termini e alle espressioni che entrano a far parte della discussione (Acocella, n.d.). L'attribuzione di senso rappresenta quindi un aspetto di peculiare importanza, essenziale per comprendere profondamente le varie fasi di interazione del focus group.

CAPITOLO V: ANALISI E DISCUSSIONE DEI DATI

In questo capitolo vengono presentati i dati raccolti dalla ricerca e interpretati alla luce del quadro teorico di riferimento. Il capitolo è suddiviso in due parti: la prima si focalizza sull'analisi dei risultati ottenuti con le interviste, che riguardano principalmente le scelte genitoriali sulla condivisione online di contenuti che riguardano i figli (par. 5.1.1), le tensioni tra rischi e possibilità, dilemmi e strategie (par. 5.1.2), e le valutazioni della propria e altrui pratica di *sharenting* (par. 5.1.3). La seconda parte, invece, analizza il focus group che ha permesso di inquadrare il dibattito sullo *sharenting* attorno ad una serie di temi principali che toccano: 1) le motivazioni percepite sul comportamento di condivisione proprio e, soprattutto, altrui (par. 5.2.1); 2) la complessità del fenomeno che rende difficile stabilire dei limiti sensati a questa pratica (par. 5.2.3); e 3) il messaggio che la narrazione familiare digitale veicola sulla genitorialità e sull'infanzia (par. 5.2.2). L'interpretazione e l'analisi del focus group fanno emergere l'esigenza di un cambiamento di prospettiva che si interessa non tanto alla definizione di ciò che è giusto e di ciò che è sbagliato dello *sharenting*, piuttosto all'evoluzione della responsabilità genitoriale e al valore della consapevolezza di tutti i soggetti coinvolti nel processo di condivisione.

1. Interviste: vissuti e storie di genitorialità digitale

Tra i due metodi selezionati, l'intervista indaga in modo più accurato i vissuti e le storie di genitorialità digitale e condivisione online di contenuti riguardanti i bambini, in quanto i genitori sono più inclini al racconto di esperienze personali quando si trovano in una situazione in cui vi è un confronto individuale, piuttosto che di gruppo.

Il primo aspetto che emerge dalle interviste riguarda la condivisione operata dai genitori, e quindi le loro abitudini circa la governance delle informazioni che concernono i figli negli spazi digitali. Va prima di tutto sottolineato che all'interno del campione preso in considerazione, sono due i genitori che affermano di non condividere alcun tipo di contenuto online sui loro bambini, mentre la maggior parte dichiara di pubblicare sui social media in maniera irregolare: c'è chi condivide una volta alla settimana, chi una volta al mese, chi invece pubblica pochi contenuti all'anno. Si può affermare dunque che si registra una scarsa regolarità tra gli intervistati nella frequenza di pubblicazione di contenuti relativi ai loro figli e che essa dipende in larga misura dal momento e dalle situazioni: lo *sharenting* non viene vissuto come un "obbligo" ma piuttosto come conseguenza di un momento di felicità che si può vivere in una circostanza piuttosto che in un'altra, senza stabilire a priori il tempo da dedicare alla condivisione. Tale pensiero viene espresso nelle parole di Azzurra (30 anni): «è stata una cosa proprio vissuta in serenità e senza darci dei limiti o delle tempistiche», Irene (33 anni) che

afferma «non credo ci sia nulla di male nel postare foto dei figli ma non voglio che diventi un qualcosa di imprescindibile dalla giornata», e Jessica (34 anni) che spiega «cerco di mettere le foto sulla base di quello che provo quando le vedo quando le scatto è una cosa che se è carina e può far ridere qualcuno allora la posto quindi cerco di mettere quello che piace vedere anche a me sui *social*».

Oltre ai tempi di condivisione, la maggior parte degli intervistati riconosce che ci sono situazioni e contesti che vengono accettati per la pubblicazione online e altri che, invece, sono considerati inappropriati e inopportuni. In particolare, la totalità degli intervistati, compresi coloro che condividono più frequentemente, concorda nel ritenere la nudità come un elemento che non deve essere presentato sui social media per questioni di sicurezza e decoro. Secondo Ginevra (20 anni) «bisogna vedere il contesto» e per giustificare questa affermazione porta il seguente esempio «se il figlio mi è al parco e la pubblico è una bellissima cosa se invece [...] devo portare mio figlio a fare il vaccino e io gli faccio il video eh no ecco questo è il contesto per me bisogna tener conto anche di quello». Allo stesso modo Anita (50 anni), riferendosi ad un'immagine di una bambina di 11 anni in costume sulla spiaggia pubblicata da un altro genitore sui *social network*, riconosce l'importanza di un contesto "sano", come lo definisce lei. Commentando la foto in questione, Anita afferma: «mi pareva una ventenne soprattutto di sti tempi avresti detto cosa vai a fare in questi momenti sarebbe da bannare» (Anita, 50 anni). Bianca (44 anni) rimarca l'importanza della scelta delle foto da condividere raccontando un episodio che ha visto una mamma condividere una foto della relativa figlia su *Whatsapp* in una chat privata con un'amica di Bianca che poi ha discusso sull'appropriatezza della foto con quest'ultima: nella foto «la bambina era seduta in bagno nel water e non so cosa doveva far vedere di questa bambina [...] cioè io quando ho visto la foto ho detto non ci siamo proprio ce dopo non si vedeva niente cioè capivi che la bambina era seduta nel water ma secondo me questa è una cosa cioè allucinante ok non l'ha pubblicata ma già che so che tu la mandi ad un'altra mamma non va assolutamente bene no». Con "contesto", dunque, si intende sia l'ambiente in cui viene scattata la foto sia il modo in cui il bambino viene raffigurato in essa: è vestito o nudo? In che posa è messo? Cosa sta facendo? È da solo o con altre persone? Ovviamente queste domande concernono solo contenuti fotografici o video, ma, come ha evidenziato la letteratura, lo *sharenting* riguarda anche altri tipi di materiali (es. testuali). A questo proposito è interessante il commento di Rebecca (41 anni) che manifesta i suoi timori legati alla condivisione: «mi spaventa quindi un po' che gli altri possano vedere quello che faccio infatti anche io qualche volta metto non è che metto tantissime foto se mettiamo io e mio marito qualcosa sennò più scritte più condivisioni non grandi foto sinceramente». Si può notare, dalla riflessione di Rebecca ma anche da quelle di altri genitori intervistati, che nell'immaginario comune lo *sharenting* riguarda esclusivamente contenuti fotografici e audio-video, dimenticando quindi di citare e di considerare quelli testuali o altri comportamenti digitali (es. le app che tengono traccia della salute dei

figli, del loro comportamento) che rappresentano comunque un momento di condivisione in cui si parla del figlio all'interno della rete.

1.1 I significati della condivisione: racconto di sé o narcisismo?

Come visto nei capitoli precedenti, le considerazioni mediatiche e, talvolta, anche della letteratura, solitamente associano lo *sharenting* ad un'idea di «narcisismo 2.0» (Bonanomi, 2021) e di «vetrinizzazione sociale» (Codeluppi, 2007) del genitore che “non riesce a fare a meno” di pubblicare questi contenuti online. Inoltre, se è vero che alcuni autori offrono un quadro critico sulla famiglia che viene giudicata come sistema profondamente “in crisi”, sono indubbie anche le considerazioni di una parte della letteratura sullo *sharenting* che riflettono sul fenomeno come opportunità genitoriale di raccontare il proprio ruolo, con tutte le sfaccettature di cui esso è investito.

Questa breve premessa permette di guidare l'analisi delle riflessioni di una parte degli intervistati che, in linea con il discorso pubblico sullo *sharenting* e sul fenomeno di *social sharing*, si sono espressi sul tema considerando questa pratica come il risultato di una società esibizionista, che «dimentica o perfino “emargina” e “colpevolizza” il senso del pudore [...] che non arrossisce» come la definisce Di Bari (2015, p.147), in cui l'anonimato sociale corrisponde alla mancanza di valore della persona, e solo attraverso il riconoscimento da parte di un pubblico esteso ci si sente veramente soddisfatti e gratificati.

I risultati delle interviste hanno messo in evidenza che le riflessioni sul presunto narcisismo dei genitori si sviluppano a partire da un bisogno di accettazione sociale che li porta, secondo gli intervistati, ad essere senza pudore, a mettere in mostra qualsiasi aspetto della loro vita, compreso quello dei figli. È importante tenere in considerazione che queste riflessioni sul presunto narcisismo genitoriale emergono solo quando gli intervistati valutano il comportamento di condivisione altrui, e non quando parlano del proprio. Infatti, nonostante la necessità di esibirsi in una vita senza filtri venga considerata dai partecipanti come un bisogno insito nella nuova società narcisistica, gli stessi genitori intervistati escludono questo aspetto quando raccontano la loro personale pratica di condivisione, auto-legittimando la propria condotta e delegittimando/criticando quella degli altri. Questo può far riflettere su una possibile tendenza a colpevolizzare la pratica digitale degli altri, non conoscendone le reali motivazioni e senza aver riflettuto ampiamente sulle proprie.

In ogni caso, a seconda delle risposte date, i motivi dello *sharenting* si possono interpretare in un'ottica che si basa sulla commistione di tendenze “narcisistiche”, ad esempio il desiderio di ricevere like e commenti positivi o per esibirsi e mettersi in mostra, oppure la volontà di comunicare la gioia e l'orgoglio che l'essere genitori può portare e di raccontare una parte di sé, in particolare quella genitoriale. Riccardo (23 anni) nella sua affermazione «io pubblico perché voglio far vedere agli altri i

miei due figli che sono belli mi sento fiero di essere papà e sono fiero che siano così belli per il mio piacere personale degli altri non mi interessa», probabilmente racchiude i sentimenti di molti genitori che, trasportati dalla gioia del proprio ruolo, vogliono condividere con il mondo intero tale felicità. Anche Stefania (28 anni) consolida il pensiero di Riccardo: «mi fa sentire fiera e mi piace l'idea di dividerlo con gli altri non per commercializzarlo nel senso lo butto lì in prima pagina però ogni tanto mi piace anche un po' sì». Anita (50 anni) risponde: «per orgoglio personale per mostrare la bellezza di mia figlia [...] facendo capire agli altri il bene che le vuoi e scrivendo visto che fai gli auguri piuttosto che con delle frasi particolari oppure con delle emoticon per presentare il tuo stato d'animo in quel momento». Il pensiero di questi intervistati mette in luce il fatto che, spesso, gli *sharents* sono mossi dalla volontà di mostrare l'affetto e l'amore che provano per i loro figli. Azzurra (30 anni) ha raccontato che sua figlia è stata contattata da un negozio di abbigliamento del suo paese per fare da modella e che lei e il compagno hanno acconsentito, ma sottolinea che questa scelta, così come la loro personale pubblicazione sui *social* di contenuti riguardanti la bambina, non è motivata dal desiderio di un riscontro economico, piuttosto a livello emotivo si sentono soddisfatti e orgogliosi e, evitando di «nasconderla» (Azzurra, 30 anni), sentono che condividere i suoi progressi sui social media può renderla una presenza più attiva e partecipe, contribuendo al racconto della loro famiglia e della loro vita così com'è, nella loro semplicità e quotidianità.

Ginevra (20 anni), affermando «è una cosa che mi fa piacere [...] è un bel momento mi piace dividerlo con gli altri ma dei loro pareri non mi interessa [...] è anche il piacere di raccontarsi online», ribadisce la bellezza di condividere le emozioni che la genitorialità porta con sé ed enfatizza il valore della narrazione di sé online come un ulteriore elemento che viene promosso dallo *sharenting*. Anche Irene (33 anni) mette in evidenza questo aspetto quando dice: «per me quello che pubblico è un modo per raccontare qualcosa di me senza cercare l'approvazione o il commento degli altri». La risposta di Anita (50 anni), la quale afferma «secondo me condividi esclusivamente i momenti belli i momenti che ti rappresentano oppure fanno vedere un aspetto di tuo figlio in cui è nella sua massima non di certo nella sua minima, quindi, è un po' un crogiolarsi e un po' renderti tu più darti un po' più di stima di forza dove non puoi far vedere il tuo lato migliore però hai anche questo da poter mostrare», sembra riassumere ciò che è stato discusso finora. Interpretando il pensiero di Anita possiamo dedurre che gli *sharents* sono mossi dalla volontà di mostrare la parte migliore e più positiva dei loro figli e di sé stessi in quanto genitori, raccontando così anche il loro modo di vivere la genitorialità. Pertanto, si può affermare che i genitori possono condividere anche con intenti “narcisistici” ma si può dedurre che il loro sia un «narcisismo moderato» (Di Bari, 2017, p. 267), un impulso a sentirsi speciali che non è necessariamente distruttivo e che, piuttosto, può essere uno «strumento di formazione di sé e di miglioramento delle relazioni con gli altri» (Di Bari, 2017, p. 267).

Approfondendo le risposte alle interviste, emerge anche un elemento di rifiuto nei confronti di ciò che è legato alla validazione esterna e al *reputation management*: in altre parole gli intervistati rispondono ai quesiti ponendo l'accento sul loro disinteresse verso il parere degli utenti online, dando l'idea che chi espone i propri figli sui social media ricercando l'approvazione degli altri sia un genitore "meno promettente" rispetto a chi lo fa per altri motivi, ipotizzando dunque una presunta gerarchia d'importanza in cui il riconoscimento e la validazione esterna occupano il posto più in basso in scala di valori. A tal proposito è interessante notare che alla domanda sul valore assegnato al *feedback* la maggior parte degli intervistati ha risposto sostenendo che esso è secondario, se non insignificante; allo stesso tempo, però, riconoscono che un parere positivo può essere apprezzato, soprattutto se proveniente da persone conosciute e vicine alla famiglia (amici, familiari...). Altri genitori, invece, ammettono di attribuire al commento un valore significativo, come Elisa (26 anni) che si pronuncia sul tema in questo modo: «si ti scrivono quei commenti belli che ti dicono che bella bambina vedi che hai vedi che ti senti che hai fatto qualcosa di utile magari ti dicono che bei capelli che ha ti dà una soddisfazione ti senti realizzato si è importante anche il parere positivo degli altri». La soddisfazione che un genitore può provare quando vede crescere i suoi figli si può integrare all'apprezzamento del figlio da parte di altre persone, inteso anche come un riconoscimento della validità del ruolo svolto dal genitore nella sua crescita. Questi risultati, dunque, si pongono in linea con altri studi (Cino et al., 2022) perché anche se i genitori intervistati affermano di non condividere con il fine ultimo di ricevere il like o il commento, parte di loro ammette che i *feedback* positivi possono validare e dare significato al loro ruolo genitoriale. Ovviamente, questo non deve tradursi nell'esclusione delle altre svariate motivazioni che possono incoraggiare la condivisione, ma piuttosto nella definizione di nuovi aspetti necessari per uno studio finalizzato ad una comprensione nei dettagli dello *sharenting*.

Tra le varie ragioni dell'esposizione online dei figli, gli intervistati confermano anche il ruolo giocato dalla narrazione del sé genitoriale e familiare. Il racconto della famiglia attraverso lo *sharenting* dà la possibilità di costruire uno spazio che conserva i ricordi e che, anzi, li ripropone facendo rivivere, in maniera anche inaspettata, un momento in cui sono state vissute molteplici emozioni immortalate e condivise sui social media. L'opportunità narrativa e conservativa dei momenti vissuti dai bambini e dai genitori che i social media paiono garantire, sembra essere un aspetto che, secondo i partecipanti, legittima la condivisione online. Il ricordo, condiviso con un'ampia platea attraverso la creazione di un diario digitale delle esperienze familiari e, in particolare, del bambino, secondo gli intervistati dà anche l'opportunità di raggiungere persone lontane, che possono in questo modo essere coinvolte nella crescita dei bambini: è bene ricordare, infatti, che la natura degli ambienti digitali consiste per l'appunto nella creazione di reti relazionali e nella possibilità di comunicare con persone che vivono in contesti differenti (più o meno distanti dal proprio), e questo, tornando allo *sharenting*, si traduce

in un'occasione di coinvolgimento dei familiari, lontani o vicini che siano, nella vita dei bambini. Come dichiara Elisa (26 anni): «è una cosa positiva perché fai avere il contatto al parente lontano agli amici di scuola che magari siete rimasti solo amici di Facebook quindi riesci a fare contatto con persone che hai conosciuto nella tua vita con persone che hai perso di vista». Ancora una volta si palesa il ruolo giocato dai social media nell'avvicinare le persone e nel coinvolgerle anche nella crescita e nello sviluppo dei bambini, facendo sentire i genitori meno soli (Cino & Demozzi, 2017), e più connessi agli altri (Chalklen & Anderson, 2023).

Tornando al ruolo giocato dai social media e della pratica di condivisione nel preservare i vissuti famigliari, Gioia (36 anni) e Stefania (28 anni) nel racconto dei motivi positivi che a loro avviso si celano dietro al fenomeno in esame, riflettono proprio sulla dimensione del ricordo. La prima afferma di condividere contenuti su suo figlio «per poterlo ricordare perché poi magari ogni anno ti dicono eh lo ricordi l'anno scorso e quindi era un modo per averle sempre con me e per poter sempre ricordare delle cose magari simpatiche che sono riuscita ad immortalare»; la seconda, rimarca questo aspetto dicendo: «è anche un modo per avere il ricordo [...] ogni tanto c'è l'occasione e allora dico beh è bello dividerlo con qualcuno far vedere anche perché è il mio bimbo quindi si ho piacere però si più che altro mi rimane lì il ricordo è una cosa che rimane». Gioia si riferisce alla possibilità che forniscono le piattaforme *social* di riproporre all'utente un *post* pubblicato precedentemente (9 mesi fa, 1 anno fa e così via) in un modo regolato dall'algoritmo della piattaforma che di fatto diventa un "attore" che costruisce e riproduce ricordi/memorie. Stefania, invece, fa riferimento alla permanenza della memoria digitale che, essendo sempre a portata di mano, permette di sfogliare autonomamente e in ogni momento e luogo gli album online della vita del figlio e della famiglia. Le due mamme citate, diventano testimoni degli altri intervistati che, come loro, hanno sottolineato il valore narrativo dello *sharenting* e la possibilità di costruire un diario online dei momenti che segnano lo sviluppo del bambino, trasformando il profilo digitale nella «storia della propria famiglia» (Marco, 32 anni). Da queste riflessioni, che confermano quelle offerte dalla letteratura (Kumar & Schoenebeck, 2015; Humphreys, 2018, in Cino, 2022), si può dedurre che la pratica dell'album di famiglia non è scomparsa ma ha probabilmente assunto un nuovo significato e delle nuove forme. È pertinente il pensiero di Jessica (34 anni) che, parlando delle ripercussioni future dello *sharenting* sui figli, mette in luce un cambiamento che ha portato a nuove modalità di raccontare e conservare i ricordi familiari:

secondo me sarà come noi adesso che siamo grandi che guardiamo gli album dei nostri genitori che ci facevano le foto quando eravamo piccoli e le attaccavano secondo me ovviamente da generazione a generazione le cose cambiano e quindi ovviamente ai nostri tempi queste cose non c'erano quindi sapevamo che c'era l'album e adesso che siamo diventati grandi li sfogliamo e vediamo quanto siamo cresciuti le cose divertenti eccetera

eccetera come ho trovato delle foto che mi aveva scattato mia mamma o mio papà non ricordo e mi piacevano sull'album ma che comunque guai a toccarle perché sono ricordi e penso che sarà la stessa cosa con loro in maniera diversa in maniera digitale ecco quindi cambierà solo lo strumento (Jessica, 34 anni).

Integrando la riflessione di Jessica (e degli altri genitori intervistati) alla letteratura, i social media emergono come strumento che ha cambiato non solo le relazioni all'interno della famiglia ma anche il modo di rappresentarle e di ricordarle. Nell'era digitale il metodo più usato per conservare i ricordi è diventato il dispositivo tecnologico o la piattaforma *social*, ma questo non esclude la realizzazione di album di famiglia in formato cartaceo. Alcuni intervistati hanno asserito che sono abituati ad utilizzare sia i social media, che consentono la conservazione di materiali che nel diario cartaceo non si possono inserire (ad esempio i contenuti audio-video), sia a stampare le foto creando un vero e proprio album di famiglia.

1.2 Tra rischi e possibilità: dilemmi e strategie

L'esistenza di rischi, presunti o reali, è una delle motivazioni principali che spinge i genitori non *sharents* a desistere dalla pubblicazione di contenuti online riguardanti i loro figli. Questo si unisce alla narrazione dello *sharenting* come fenomeno che strumentalizza i bambini. In ogni caso, durante le interviste (es. alla domanda "Dal suo punto di vista in che modo la condivisione di materiale sui figli può rappresentare un rischio?") la totalità dei genitori ha riconosciuto che individuare i possibili rischi porta a riflettere su quali siano i contenuti appropriati per l'esposizione online dei figli e sulle loro scelte di *digital parenting*, generando negli *sharents* non pochi dubbi e perplessità sulla loro pratica di condivisione. Parallelamente, i genitori che non pubblicano materiale dei loro figli sui social media, sulla base dei rischi percepiti, hanno validato la loro scelta di astensione. I dilemmi, che «riflettono situazioni complesse a cui il soggetto non riesce a dare una risposta binaria, in quanto percepisce una serie di conflitti tra molteplici valori ed interessi che rendono la scelta di un dato corso d'azione complicata» (Cino, 2022c, p. 95), fanno parte dei vissuti di *digital parenting* dei genitori intervistati. Prendiamo l'esperienza di Irene (33 anni) come espressione delle riflessioni genitoriali sulla natura dilemmatica dello *sharenting*. Questa mamma si trova in disaccordo con il marito circa la divulgazione di contenuti che riguardano i loro figli: mentre lei condivide, a suo avviso, in misura limitata e accurata, il marito pubblica di più e in maniera più frequente. Irene, nonostante la difficoltà ad accettare il modo di condivisione del compagno, afferma: «a volte non lo capisco e non lo condivido ma non posso non accettarlo perché alla fine so che i social fanno parte della nostra vita bene o male che sia». Ciò sembra suggerire che lo *sharenting* può divenire anche una pratica che incide,

mostra e produce possibili divergenze tra partner circa il modo in cui gestire le informazioni dei loro figli. L'intervistata si esprime anche con questa considerazione: «a volte mi chiedo ma è necessario ma ci stiamo vivendo il momento o ci stiamo preoccupando di fare la storia cioè a volte mi faccio pure un po' delle paranoie così al di là delle paure eeh ce forse è meglio godersi il momento eeh alle volte penso ma c'è dentro di noi parlo con me [...] c'è dentro di noi un bisogno di dimostrare qualcosa a qualcuno mi chiedo anche questo» (Irene, 33 anni). Irene dimostra come i genitori possano essere in bilico tra accettare e rifiutare questa nuova pratica che, secondo lei, può essere legata alla necessità, insita nelle moderne società performative, di rivelarsi completamente agli altri per cercare delle conferme. Secondo Fausto Pagnotta, professore in *“Storia del pensiero politico”* presso l'Università di Parma, il «desiderio di esporsi e di confrontarsi con gli altri e, soprattutto oggi nell'epoca dei selfie, con le immagini degli altri, non si può risolvere in modo esclusivo nella categoria del “narcisismo”, ma risponde spesso a una profonda esigenza dell'essere umano [...] l'esigenza di conoscere se stessi, sia a livello di personalità che di corporeità, per sentirsi presenti a se stessi, riconosciuti dagli altri e quindi, in ultima istanza vivi» (Pagnotta, 2014, p. 23).

Anche altri intervistati hanno espresso timori ed esitazioni sulla loro pratica di condivisione. Tra questi, Anita (50 anni) per rispondere alla domanda che chiedeva quale fosse lo stato d'animo dopo la condivisione afferma: «come mi sono sentita mah è il momento in cui mi faccio sempre mille domande sul fatto se faccio bene o se faccio male anche essendo un semplice WhatsApp che magari condividi con lo stato piuttosto che a persone che appunto sono fidate e si hai sempre il dubbio se fai bene se fai male lo faccio cerco di farlo a cuor leggero ma il cuor leggero non lo è mai».

Irene (33 anni), Anita (50 anni) assieme ad altre intervistate dimostrano che i dubbi sulla propria scelta di condivisione accompagnano i genitori ogni giorno e li incoraggiano a riflettere sullo *sharenting*, vagliando rischi e possibilità a seconda dei contesti, delle situazioni e, come vedremo, anche del valore assegnato al consenso del minore. È proprio quest'ultimo che ha messo d'accordo Filippo (34 anni) e la sua compagna nella scelta di non condividere. L'intervistato, al di là dei rischi nei quali si può incorrere, attribuisce alla possibilità dei suoi figli di scegliere se e come condividere un'importanza centrale nella sua decisione, infatti asserisce: «quello a cui teniamo è proprio il fatto di pubblicare le foto di una persona che non sono io cioè è mia figlia, quindi, sarà lei a decidere» (Filippo, 34 anni). Sempre interpretando le storie raccolte, si può prendere in considerazione l'esperienza di Jessica (34 anni), la quale alla domanda “Chiede mai il consenso prima di pubblicare una foto di suo figlio sui social?” lei risponde:

non chiedo mai il permesso di pubblicare le foto alle mie figlie no infatti adesso che sono più grandicelle magari qualcuna me lo rinfaccia si quando diventano più grandi magari mi ricordo una volta che ho pubblicato una foto poco tempo fa di me e lei che ci siamo fatte

una maschera per il viso verde e abbiamo scattato la foto e l'ho messa sul profilo eeh di WhatsApp si e si è arrabbiata tantissimo mi ha detto che si vergognava che qualche sua amica o qualche mamma poteva vederlo ma alla fine non l'ho tolta perché faceva troppo ridere era troppo bella perché era bella magari è lei che adesso inizia ad essere più grande esagera un pochino quindi si la A. (13 anni) la A. (9 anni) ancora no (Jessica, 34 anni).

Questa mamma di due bambine di 13 e 9 anni racconta un episodio in cui la figlia maggiore l'ha rimproverata per la condivisione di una foto che probabilmente considerava imbarazzante e che reputava possibile causa di derisione da parte delle coetanee o delle loro mamme. Lungi dal colpevolizzare l'intervistata, questa sua confessione può essere uno spunto di riflessione che permette di comprendere in maniera più accurata l'importanza della consapevolezza dei genitori e di tutti coloro che condividono contenuti sui "minori", circa i confini che si stabiliscono tra diritti dei genitori (o di chi pubblica) e del bambino. L'estratto, in linea con quanto affermato da una parte della letteratura (Lipu & Siibak, 2019), fa riflettere anche su una possibile problematizzazione del rapporto tra figure di riferimento e figli: se generalmente sono i primi a rimproverare i secondi per un loro uso inappropriato (vero o presunto) dei social media, in tal caso, sembra invertirsi la situazione poiché sono i figli a richiamare all'attenzione dei genitori sulle loro scelte di condivisione online.

È curioso poi che nel rispondere ad una domanda successiva che chiedeva "Come si comporterebbe con persone che pubblicano una foto di suo figlio senza chiedere prima il permesso?", l'intervistata ha sottolineato che non apprezzerrebbe questo comportamento che non tiene in considerazione il suo parere di genitore. È vero che le figure genitoriali sono le garanti dell'immagine digitale del figlio, ma è altrettanto vero che i ragazzi sono soggetti dotati di diritti tra cui quello di esprimere il proprio pensiero, soprattutto quando sono loro stessi le persone ritratte nei contenuti che vengono pubblicati. Questo estratto ci mostra l'importanza di ascoltare e comprendere in modo più attento le reazioni dei figli, le quali se possono sembrare "esagerate", costituiscono pur sempre il loro personale modo di interpretare, in quel preciso momento e contesto, il contenuto pubblicato. È fondamentale dunque «cercare una pratica di "narrazione di sé" e della propria genitorialità che sia rispettosa (e dunque responsabile) nei confronti dell'oggetto (o meglio del soggetto, il bambino) che, suo malgrado, diventa contenuto di questa comunicazione» (Di Bari, 2017, p. 267). Sempre discutendo sul valore assegnato al consenso del minore, risultano rilevanti le considerazioni di altri intervistati. Serena (40 anni) conferisce al permesso dei figli un ruolo importante ma, allo stesso tempo, riconosce la necessità che le figure genitoriali siano formate e predisposte ad un confronto ragionato e consapevole con i figli: «sì secondo me bisognerebbe parlarci però anche lì bisognerebbe essere preparati ad affrontare questo argomento cioè con le dovute attenzioni non buttata là ecco quella cosa quindi sempre informazione e preparazione» (Serena, 40 anni). Adele (41 anni) afferma: «loro sanno quello che mettiamo

e non mi dicono mai di no se loro ad esempio dicessero non voglio non la metterei però vedo che sono tranquille quindi si altrimenti non mi sentirei serena mi sentirei un po' in colpa preferisco che loro siano contente ma sanno quello che metto si non vedo che mi dicono di no» (Adele, 41 anni). Questa madre sottolinea come le sue figlie siano consapevoli di quello che pubblica sui *social* ed è convinta che nel caso in cui loro non fossero a favore della condivisione online di alcuni contenuti non esiterebbe a rimuoverli o ad evitare di pubblicarli. Tra gli intervistati, Azzurra (30 anni) ed Elisa (26 anni), mamme di due bambine di rispettivamente 2 e 5 anni, hanno sottolineato come le loro figlie partecipino attivamente nella scelta, in base a quello che piace a loro, e nella condivisione stessa dei contenuti. Anita (50 anni) invece afferma di dare importanza al parere delle figlie e che «alle volte nel momento in cui lo chiedo è perché alle volte siamo in una situazione che voglio sapere se ha piacere alle volte invece lo faccio di mia iniziativa proprio perché è un mio modo di rendere più importanti i momenti di valorizzarli siccome in questo contesto a loro piace fare il contrario cioè pubblicare anche loro eccetera il fatto che la propria mamma condivida o pubblichi qualcosa di loro secondo me è dargli una certa importanza» (Anita, 50 anni).

Gli altri partecipanti sostengono l'idea che sia comunque il genitore il responsabile primario di ciò che viene esposto online, perlomeno fino ad un'età che, secondo gli intervistati, può variare dagli 8/9 anni ai 13, in base al bambino e alle sue peculiari caratteristiche. Alcuni fanno anche notare che, nell'era digitale, ormai sono i “minori” stessi a creare profili sui *social* e a pubblicare contenuti digitali: questo ci pone di fronte ad un'altra questione, cioè quella dell'importanza dell'educare gli stessi “minori” ad un uso consapevole della rete e del guidarli nell'acquisizione di senso di questo ambiente online che è in stretta connessione con quello offline. Uno *sharenting* consapevole che, nei tempi e nei modi possibili, coinvolge attivamente i bambini può aiutarli a comprendere in maniera più chiara che tutto ciò che è “virtuale è reale” ed educarli ad un uso responsabile della rete fin da piccoli.

Tornando ai rischi percepiti dai partecipanti, viene riscontrata una continuità con i dati forniti dalla letteratura, anche se ciò che più preoccupa i genitori sono la pedofilia con la creazione di materiale pedopornografico, il cyberbullismo e il parere che potrebbero avere i figli in futuro sull'impronta digitale creata. Significativa è l'osservazione di Alma (29 anni) la quale riflette sulla mancanza di consapevolezza delle persone che abitano la rete che agiscono talvolta senza rispettare la persona che sta dietro al profilo creato nei *social*. Questa madre *non-sharent* sarebbe disposta a condividere solo in un ambiente digitale in cui gli utenti si comportano in maniera corretta, evitando offese, commenti e ragionando sempre sulle possibili conseguenze delle loro azioni e parole. Il pensiero di Alma (29 anni), sicuramente condiviso da diversi genitori, ci fa riflettere sulla necessità di responsabilizzare

tutti i soggetti presenti sui social network che sono spazi non lontani da quelli fisici, ma parte integrante di questi: ciò che viene detto o fatto online ha sempre delle ripercussioni sulla vita delle persone. In questo senso può tornare utile la considerazione di Gioia (36 anni):

non nego che bisogna sicuramente stare attenti [...] allo stesso tempo in una società come quella di oggi che comunque vive nel digitale vive diciamo anche forse troppo per carità nella trasparenza eeh non dover fare una cosa che comunque mi piace per il timore di un utilizzo inappropriato da parte di qualcun altro lo vedo comunque come una limitazione della mia libertà e quindi ho detto vabbè io ho deciso di utilizzarlo spero mi vada bene insomma eh no non pubblico ecco foto che penso possano suscitare certi pensieri a certe persone non ho come amicizia certe persone e quindi spero mi vada bene vedo in tante cose una questione di fortuna (Gioia, 36 anni).

Ecco che emerge il dilemma rischio-possibilità dello *sharenting*, in cui il primo è dovuto soprattutto ad un utilizzo inappropriato da parte di altre persone (pedofili, bulli, *data-thief*, ecc...), cosa che poteva succedere anche prima che si diffondessero le piattaforme, e le seconde che possono venire ostacolate da questo. La scelta di Gioia (36 anni) nasce dunque dalla necessità di godere appieno delle opportunità che offrono i social media, non dimenticandosi dei rischi ma cercando di “aggirarli” e trasformarli in possibilità.

Altri due genitori hanno riflettuto, in maniera differente, sul concetto di “pericolo”, concordando indirettamente sulla necessità di una sua ridefinizione. Riccardo (23 anni) dichiara di non vedere grandi rischi nella sua personale pratica di condivisione e conclude il suo pensiero in questo modo: «ma che rischio vuoi che ci sia per una foto di un bambino ci sono tanti di quei bambini se la vedono per strada possono fotografarla anche lì per strada cioè non è che se pubblichiamo noi la foto l’abbiamo condannato a fare cosa» (Riccardo, 23 anni). Elisa (26 anni), invece, ha sottolineato come i rischi siano per lei minimi o inesistenti poiché, a suo avviso, la selezione degli utenti (persone fidate e vicine alla famiglia) che possono vedere i contenuti da lei pubblicati è un metodo che permette di tutelare sua figlia e, al tempo stesso, di garantire la possibilità di godere dei vantaggi dello *sharenting*. Questo può farci riflettere non tanto sull’inesistenza dei rischi, ma sulla loro ridefinizione in un’ottica orientata alla valorizzazione di un ventaglio di opportunità.

Un altro tema emerso dalle interviste riguarda ciò che la letteratura ha denominato strategie di «*mindful sharenting*» (Walrave et al., 2023). In generale gli intervistati hanno espresso un giudizio negativo sulla scelta di oscurare il volto o altre parti del corpo, editando la foto o il video. Essi pensano alla censura di una parte del corpo come una decisione poco sensata e sostengono che l’immagine perde di significato poiché il bambino non è più riconoscibile. Contrariamente a quanto espresso, i

genitori considerano più logiche altre strategie di *mindful sharenting*, tali sono la posa di schiena del figlio o lo scatto di una piccola parte del corpo (mani, piedi, spalle ecc...). Il giudizio dei genitori sembra essere influenzato dalle caratteristiche estetiche di foto e video che quando vengono editate per alcuni possono perdere di spontaneità e di incisività. Alice, una mamma di 34 anni, espone le sue perplessità sulle strategie in questione in questo modo:

trovo un po' inutile pubblicare la foto di un bambino con uno sticker sulla faccia o la pubblica completa o sennò fai anche a meno di farla ce io sono di questo avviso o ti prendi le tue responsabilità sai che pubblicando la foto di un bambino con tutte le restrizioni possibili e immaginabili eh non si è mai sicuri al 100% per essere sicuri al 100% che non vada a finire in mani di chissà chi non pubblica niente perché se devi pubblicare la foto dello sticker tanto vale (Alice, 34 anni).

Alice (34 anni) e altri che hanno trovato “inutile” la strategia, ritengono che questa sia legata alla mancanza nei condivisori della volontà di «mettersi in gioco», assumendosi le responsabilità della condivisione; inoltre, al posto di pubblicare una «foto a metà», a loro avviso, è più sensata la scelta di non esporre i figli sui *social*. Pochi genitori del campione hanno invece dichiarato di fare uso di stickers o di nascondere il viso oscurando gli occhi ad esempio. Gli intervistati, però, concordano generalmente sul fatto che questa modalità di condivisione è necessaria quando si decide di rendere pubbliche immagini raffiguranti i figli di altri genitori, perché non è sempre dato sapere se questi ultimi approvano o meno la condivisione online di contenuti che riguardano i loro bambini. A difesa di questa strategia di *mindful sharenting*, considerata negativamente da una buona parte dei rispondenti, si può dire che la foto o il video non perdono di significato per chi ha deciso di pubblicarla o per chi ha vissuto il momento assieme ai soggetti raffigurati. Inoltre, non vi è grande differenza a livello di intenzioni tra una foto in cui il bambino è di spalle e una in cui vi è lo sticker sul viso, poiché probabilmente il fine ultimo di questa modalità è coniugare un bisogno di mantenere l'anonimato del bambino con il desiderio di condividere un'emozione, un ricordo, un momento che racconta qualcosa di sé agli altri.

Continuando la riflessione sulle strategie, ha attirato l'attenzione una tendenza generale dei genitori che trapela in maniera balbettante durante le interviste, a reputarsi «poco pratici» (Gaia, 48 anni) e poco competenti nel destreggiarsi con i dispositivi tecnologici e le piattaforme *social*. Essi si riferiscono soprattutto alle impostazioni della privacy che vengono proposte sui *social*: si può dedurre che, per i genitori, sono di difficile comprensione o troppo impegnative, soprattutto per quelli che hanno

più difficoltà a stare al passo con i cambiamenti digitali, o semplicemente hanno bisogno di un supporto da parte di esperti. Prendiamo come esempio Gaia (48 anni) che risponde così alla domanda che le chiede di indicare quali rischi ci sono secondo lei quando si pratica lo *sharenting*:

il discorso della pedopornografia il bullismo anche il cyberbullismo quelle cose là si non sono terrorizzata però può succedere insomma e forse perché non mi sento così abile con il telefono da fare tutte quelle procedure di privacy di rischio di togliere tutti i rischi quindi non essendo molto pratica magari c'è anche un po' questa paura di schiacciare quel tasto sbagliato che mi va in giro questa foto (Gaia, 48 anni).

Questo breve estratto di intervista, unito a quelli degli altri intervistati che hanno espresso la medesima difficoltà, testimonia come la tendenza genitoriale, fondata o meno che sia, a pensarsi tecnologicamente incompetenti, si può tradurre in un'insicurezza del genitore nell'uso delle piattaforme. Per concludere questo paragrafo citiamo Bianca (44 anni), *non sharent*, la quale afferma che «bisogna essere consapevoli di quello che si ha in mano soprattutto con tutte queste cose [...] deve essere il genitore il primo per aiutare i figli dobbiamo essere noi a conoscenza prima di tutto di cosa c'è in giro e quindi con che cosa i nostri ragazzi possono venire a contatto ma prima di tutto dobbiamo essere noi». Il suo pensiero si inserisce in un momento dell'intervista in cui stava riflettendo sull'importanza della consapevolezza del genitore nel praticare lo *sharenting*, aspetto che viene ancora una volta ricordato.

1.3 Modelli genitoriali e di infanzia e supporto alla genitorialità

Nel paragrafo 3.3.1 è stata presentata una rassegna di studi e di ricerche che dimostrano il ruolo supportivo svolto dai social media e indirizzato ai genitori, in un contesto sociale in cui ad essi viene assegnato un ampio spettro di responsabilità e di aspettative sociali. La presenza di gruppi genitoriali online è stata riconosciuta in più occasioni e da diversi studiosi come una risorsa fondamentale per guidare i genitori nelle loro scelte quotidiane e nello svolgimento delle loro funzioni, soprattutto laddove i professionisti dell'educazione paiono essere assenti o poco presenti. Questi gruppi di ascolto e confronto, che sembrano essere prevalentemente femminili, possono contribuire ad una ridefinizione della maternità e della paternità e alla costruzione di nuovi modelli di genitorialità e di infanzia. Come sottolinea Vincenzo Romania, professore associato di “*Sociologia dei Processi Culturali*” presso l'Università di Padova, «le neomamme [...] si rifugiano in tali spazi digitali per sfuggire all'enorme pressione sociale che percepiscono all'esterno in un Paese che a parole sostiene con forza il mito della maternità, ma che nei fatti la rende pressoché insostenibile» (Romania, 2023). Inoltre, è

necessario partire dai seguenti presupposti: 1) la famiglia e la genitorialità sono delle costruzioni sociali, in costante divenire; 2) invece di parlare di “crisi della famiglia” è preferibile riconoscere il suo essere in continua e profonda trasformazione, che genera un cambiamento delle relazioni che si instaurano all’interno della famiglia stessa (ridefinizione dei ruoli di genere, tra i partner e intergenerazionali) (Belloni, 2015), incidendo dunque anche sul modo di rappresentare, vivere e costruire gli status di “madre”, “padre”, “donna”, “uomo” e così via. Come sottolinea nuovamente Romania, «la crisi della genitorialità [...] non dipende solo dagli stili di vita, né dalle mancanze, pur evidenti, delle politiche sociali. Ma è anche il prodotto di un’insostenibile pressione sociale che lascia sole le madri a gestire sé stesse e le contraddizioni di un sistema che non le tutela, in un ibrido grottesco di patriarcato e neoliberismo».

Il quadro teorico presentato nei capitoli precedenti e questa breve premessa possono aiutare ad interpretare i contributi dei partecipanti in modo più ragionato e circostanziato. Le riflessioni dei genitori sui modelli di genitorialità e di infanzia si possono distinguere in due tipologie: quello che loro pensano o desiderano trasmettere con la loro personale pratica di condivisione (per gli *sharents*), e quello che loro percepiscono dai contenuti che vengono pubblicati dalle altre figure genitoriali che abitano la rete (per gli *sharents* e i *non sharents*). Per esemplificare, si può prendere in esame l’esperienza di *sharenting* di Azzurra (30 anni) che apprezza la sua scelta di condividere perché le permette di mostrare la «pura e semplice quotidianità senza nascondere quella che è appunto la realtà» (Azzurra, 30 anni). Per ciò che riguarda quello che i genitori pensano dei modelli proposti dagli altri utenti online, si può prendere in considerazione il punto di vista di Elisa (26 anni) la quale suggerisce che nei social viene mostrata principalmente la quotidianità dei bambini nella sua semplicità e criticità. Elisa (26 anni) affermando che online «fanno vedere che tutti i comportamenti sono uguali [...] tutti i bambini fanno le cavolate tutti i bambini sono furbi quindi sono tutti uguali», sostiene l’esistenza di un modello di infanzia in cui viene messo in luce come i bambini abbiano gli stessi diritti e che siano tutti impegnati nella crescita e nello sviluppo in maniera molto simile, stabilendo una “vicinanza” tra bambini che possono provenire da contesti sociali molto differenti. Il vedere che anche altri bambini si comportano come i loro figli può tranquillizzare i genitori che stanno attraversando un momento difficile su quelle che possono essere ad esempio le crisi emotive, i capricci e altri aspetti della crescita. Azzurra (30 anni), dello stesso parere di Elisa, esprime così il suo parere: «senza nascondere e senza far vedere cose che non sono quindi danno un po' il senso di quella che è la quotidianità da quella che è la bocca sporca di mangiare al comportarsi un po' di maniera gioiosa e birichina con i giochi». Al contrario, Irene (33 anni) afferma: «il più delle volte mi sembrano costruite finte e ritraenti un mondo virtuale e parallelo che non esiste molto diverso da quello reale questo potrebbe creare un modello sbagliato soprattutto quelle foto che ti mostrano sempre dei genitori perfettamente in ordine

e in forma con i figli altrettanto in ordine in case splendenti» (Irene, 33 anni). Secondo Irene sono pochi quelli che vogliono mettere in mostra la quotidianità, piuttosto in tanti preferiscono condividere un'ideale di famiglia perfetto e irrealista. Irene parla di «mondo virtuale e parallelo diverso da quello reale»: secondo lei, data la possibilità di scegliere come presentare sé stessi e la propria famiglia e considerato il desiderio di ricevere conferme dagli altri, gli *sharents* costruiscono una narrazione familiare in cui tutto è felicità e gioia, e i problemi della vita genitoriale e del bambino non vengono contemplati. La pratica di condivisione, in questo caso, è finalizzata a un'esaltazione di un determinato modello familiare e della genitorialità socialmente desiderabile. Del resto, è vero anche che la maggior parte degli intervistati ha dato atto di pubblicare principalmente momenti di serenità e allegria della famiglia perché quelli più critici, dal loro punto di vista, sono da tenere privati e intimi; questo *modus operandi*, che vede nei momenti positivi dei figli il principale contenuto condiviso, sembra venire criticato quando si discute dello *sharenting* praticato dagli altri genitori, mentre quando si tratta del proprio comportamento di pubblicazione ci si dimentica che la scelta operata è la stessa degli utenti che si giudica "poco realistici" nel loro esprimere la genitorialità e la vita familiare sui social media. Ciò può far riflettere quindi 1) sull'esistenza di una tendenza più generale nell'utilizzo della rete che si basa sulla volontà di creare un'immagine positiva di sé, legata all'*impression management* (Riva, 2016) e alle risposte che i *social* offrono a determinati bisogni (esposti nel capitolo primo), e che comporta la pubblicazione di momenti prevalentemente felici; e 2) sull'imparzialità che può emergere nel confronto tra la propria ed le altrui pratiche di condivisione, che, anche con gli stessi presupposti (tenere privati i momenti negativi, pubblicando solo quelli positivi), porta a giustificare la prima e a condannare le seconde.

Riflettendo sui genitori che scelgono di condividere online molti aspetti della quotidianità familiare e della crescita dei figli emerge il seguente quadro interpretativo: in una società in cui la crisi educativa e dei valori viene automaticamente delegata ai genitori, responsabili di una crisi familiare generale che destabilizza il sistema sociale, un genitore che pubblica sui *social* la difficoltà, legata ai molteplici ruoli e funzioni assegnati ai genitori e alle aspettative sociali che vengono esercitate su di essi, di educare i figli può essere considerato una figura in un certo senso deviante rispetto all'ideale di *intensive parenthood*. Particolarmente significativo è un esempio, portato da Irene (33 anni), di come la rete possa in qualche modo sovvertire le aspettative e le pressioni che può vivere una donna-madre:

mi viene in mente una foto di una mamma abbastanza in carne con le sue curve insomma che tiene a mezz'aria il suo bambino mentre stanno facendo il bagnetto tutti e due nudi quindi e a differenza di altre foto in cui non so vengono messi i bambini da soli nudi o anche coperti questa mi ha dato un senso diverso mmh diciamo che l'ho apprezzata perché

era una foto che ha un suo perché legata ad post interessante e che normalizza l'imperfezione del corpo di una donna ritrae la gioia della mamma e la dolcezza del bimbo che si trova tra le sue braccia poi sicuramente io non mi metterei in gioco come questa mamma però la vedo più come una foto artistica (Irene, 33 anni).

Le parole usate da Irene (33 anni) per commentare questo contenuto trovato sui *social* trasmettono il suo apprezzamento per il messaggio che, secondo l'intervistata, la madre che ha condiviso la foto ha voluto comunicare. Poiché «nella neomamma l'esperienza della gravidanza e della maternità è un evento esistenziale accompagnato da profonde trasformazioni fisiche, psicologiche e comportamentali» (Greco et al., p.126), la possibilità di raccontare online anche questo cambiamento, può contribuire ad invertire la tendenza tradizionalista e conservatrice, che consiste nel giudicare le madri come donne che devono essere perfettamente capaci di occuparsi quotidianamente della gestione della vita domestica e familiare, della loro professione e di sé stesse. La trasformazione del corpo della donna in gravidanza può essere, secondo Gaia (48 anni) un bel messaggio da diffondere sui *social* ma, a suo avviso, ci deve essere sempre un contesto decoroso: questa mamma critica, ad esempio, le *influencer* che pubblicano foto della gravidanza semi-nude, definendole poco consone. Gaia sottolinea come per molti l'ambiente, l'atteggiamento e la posa che il bambino o il genitore assumono nelle foto e nei video che vengono condivisi impattano sul modo in cui vengono interpretati i messaggi che gli *sharents* vogliono trasmettere.

Stefania (28 anni) offre una visione ottimista perché secondo lei può essere positivo il messaggio che gli *sharents* condividono: essa porta l'esempio di un collega di sua madre che non è riuscito ad avere figli e alla quale manda spesso video o foto del suo bambino per «colmare un po' questa loro mancanza [...] quindi per una persona che è anche un po' più anziana che magari è da sola vedere delle foto di un bimbo o dei bambini che giocano può essere non dico pet therapy però baby therapy può essere una cosa utile carina magari ti svolta la giornata apri vedi che c'è la foto di questo bimbo sorridente e può un attimo si può essere piacevole (Stefania, 28 anni). Diversa storia è quella di Filippo (34 anni) e Aurora (32 anni) che hanno vissuto entrambi l'esperienza dell'aborto: Filippo (34 anni), nel periodo successivo alla perdita, ha ammesso di non aver apprezzato particolarmente i contenuti pubblicati online da altri genitori che conosceva perché si trovava in un momento molto difficile a livello emotivo e la felicità degli altri sembrava urtare con il suo lutto. Tra i vari motivi che hanno spinto lui e la compagna a non condividere niente che riguardi i loro figli sui *social*, egli annovera anche il non voler turbare la sensibilità di qualche altro genitore che può vivere in quel momento un periodo difficile come lui stesso ha passato. Aurora (32 anni) invece, aveva pubblicato la foto della gravidanza e dell'ecografia sui *social* per annunciare l'arrivo del bambino e quando lo ha

perso ha avuto grande difficoltà a comunicarlo, e successivamente non ha più pubblicato materiale sui suoi figli perché, come ha detto lei, «da quel momento ho perso l'interesse di condividere ho pensato che quelle dovevano rimanere cose mie e mie soltanto [...] non voglio giustificarmi con gli altri per quello che mi succede» (Aurora, 32 anni).

In definitiva, l'intreccio di storie che si costruisce sui *social* può portare a reazioni diverse a seconda dell'esperienza che ciascuno ha della genitorialità. In linea con questa affermazione è la risposta di Giorgia (46 anni), secondo la quale online si possono raggiungere più persone e quindi trasmettere dei messaggi positivi sulla genitorialità e l'infanzia; lei stessa però ammette che spesso, anche se le persone che pubblicano lo fanno con le migliori intenzioni e per un determinato fine che loro ritengono positivo per sé stessi o anche per gli altri, è molto frequente la possibilità che si creino dei fraintendimenti. Dato che quello che viene condiviso sui *social* è sempre esposto a giudizio, a volte si rischia di ottenere un risultato diverso da quello sperato: «magari uno mette una foto simpatica pensa di fare una bella cosa e invece piovono critiche continue [...] quindi si danno un'interpretazione diversa alla foto pubblicata» (Giorgia, 46 anni).

I modelli di genitorialità e di infanzia che, secondo gli intervistati, vengono promossi attraverso lo *sharenting*, si inseriscono in un contesto digitale che diventa sia spazio in cui vengono trasmessi nuovi «sguardi di famiglia» (Formenti, 2014) e che, parallelamente, ricopre anche una funzione supportiva.

Come ha constatato la letteratura, la conversazione ordinaria tra pari rappresenta un «luogo di costruzione di cultura genitoriale» e i forum per genitori, in particolare, dei «contesti morali ed epistemici» (Cino, 2022c, p. 94). Alcuni intervistati hanno riconosciuto questa declinazione dello *sharenting*, da intendersi anche come supporto alla genitorialità. Gioia (36 anni) afferma che i social media:

svolgono un ruolo di supporto scambio informazioni anche ad esempio dove andare in vacanza con bambini dove passare la Pasquetta con bambini io l'ho trovato appunto tramite questi gruppi perché appunto finché uno non è genitore cerca proprio di evitare i posti dove ci sono bambini e allora di informazione in modo da creare beh magari anche delle amicizie ma soprattutto trovare degli spazi adatti al tuo nuovo ruolo di genitore (Gioia, 36 anni)

Alice (34 anni), invece, partecipa ad alcuni gruppi di mamme perché sostiene che le educatrici dei servizi per la prima infanzia non danno risposta ai problemi che lei deve affrontare quotidianamente. Secondo lei «è diverso avere un bambino dalle 07:30 am alle 05:00 pm rispetto per averlo h 24 e tu dici insomma io vorrei ok educatrice ok tutto però nel senso pratico io voglio confrontarmi con qualcuno che abbia le mie stesse problematiche perché l'educatrice non ha le mie stesse problematiche di

mamma ok quindi vorrei qualcuno con cui raffrontarmi». L'esperienza di Alice (34 anni) ci fa riflettere sulle possibilità che si creano online, a partire dai vissuti condivisi dagli utenti, di integrare significati e riflessioni su questioni di diversa natura (salute, alimentazione, educazione, ecc...) con il parere degli esperti e dei professionisti di fiducia (pediatra, psicologo, educatore, ecc...). I gruppi genitoriali online e i social media in generale mettono a disposizione e «a portata di cellulare tanta conoscenza o comunque tanti esperti che danno anche tantissimi aiuti gratuiti eeh genitori che condividono le loro esperienze ti senti più vicino e più responsabile ecco più consapevole riesci più facilmente sì a reperire informazioni per essere o cercare di essere un genitore migliore (Gioia, 36 anni). Interessante anche la storia di Azzurra (30 anni) che vivendo la sua gravidanza nel periodo segnato dal Covid, ha visto nelle piattaforme online un modo per confrontarsi con altri genitori sulle problematiche che ha incontrato. In particolare, ha creato con le mamme del gruppo parto un bellissimo rapporto in cui si sentivano, su Whatsapp, Instagram e Facebook, anche giornalmente per rispondere alle domande più svariate. Azzurra lo spiega così:

ci sentiamo sempre in cui ci condividiamo benissimo anche su Whatsapp le foto dei nostri bimbi dalle foto ai video al chiederci aiuto nel momento in cui ce n'è bisogno sì questo forse è il gruppo più importante dove condividiamo tanto le foto dei bimbi quindi ha un valore soprattutto informativo perché sia prima dalla gravidanza fino a prima che ho partorito ci sentivamo anche in piena notte in cui chi era sveglia e poteva rispondere ci sentivamo perché oddio il bambino non respira bene perché ha il raffreddore cosa possiamo fare e comunque chiedi aiuto a mamme che o sono al primo figlio o anche al secondo sì quindi non è un gruppo solo di condivisione di foto e video ma anche un gruppo in cui ci diamo anche dei consigli dal cosa fare da mangiare ai bambini agli stati di salute dei nostri figli quindi aerosol e medicine varie è un gruppo che serve a tutto anche psicologicamente (Azzurra, 30 anni)

Anche Irene (33 anni), che ha avuto difficoltà durante l'allattamento, ha trovato negli spazi online dei validi supporti; i gruppi digitali di mamme ai quali si è iscritta, che contemplavano anche la presenza di un esperto, hanno dato risposta ad alcuni dubbi che aveva e, come dice lei stessa «effettivamente non in tutto ma mi ritrovavo in tante cose» (Irene, 33 anni). Diversi intervistati inoltre fanno riferimento a educatori, pedagogisti, pediatri che praticano lo *sharenting* e condividono pezzi della propria vita in famiglia a scopo divulgativo. Alma (29 anni), invece, dice «non ho mai avuto l'occasione di avere altri gruppi però penso che da una parte possa essere bello avere un gruppo in cui condividere messaggi consigli magari non ogni giorno ecco ma si sarebbe bello» (Alma, 29 anni).

Come si può osservare dalle risposte delle interviste, i social media e lo *sharenting* possono offrire possibilità inedite, che devono essere però pensate ed agite in maniera consapevole e responsabile. In

definitiva, questa pratica di condivisione può parzialmente rispondere alle esigenze genitoriali di supporto che le politiche sociali non riescono a soddisfare, creando una comunicazione tra pari che fa sentire meno giudicati e più compresi. È bene ricordare, infatti, che, come sottolinea Romania (2023), i genitori che sentono il peso delle aspettative sociali e della loro famiglia possono, nell'incontro e confronto con degli sconosciuti, costruire degli spazi neutri e anonimi in cui potersi esprimere liberamente senza il timore di venire giudicati dalle persone più vicine alla famiglia.

2. Focus group: la co-costruzione di significati sullo *sharenting*

Se le interviste hanno indagato i significati che i genitori attribuiscono individualmente allo *sharenting*, basandosi soprattutto sulle esperienze e vissuti personali, il focus group ha permesso di osservare il modo in cui i partecipanti hanno negoziato le idee sullo *sharenting*, a partire dalle loro storie e scelte di *digital parenting*.

Va specificato che gli 11 genitori che hanno partecipato a questa seconda indagine sono gli stessi ai quali è stata somministrata l'intervista: Greta (26 anni), Maya (27 anni), Alma (29 anni), Desiree (29 anni), Aurora (32 anni), Marco (32 anni), Irene (33 anni), Filippo (34 anni), Matilde (34 anni), Gioia (36 anni) e Giorgia (46 anni).

Come spiegato nel quarto capitolo, il focus group è iniziato con la visione e il commento da parte dei partecipanti di una serie di foto e un video⁸⁶ finalizzati a preparare la discussione e stimolare la riflessione da parte dei partecipanti e il confronto infragruppo. Per facilitare l'interpretazione, sono stati individuati tre temi principali, che vengono discussi nel presente lavoro seguendo il ragionamento portato avanti durante il dibattito: 1) la polarizzazione rilevata inizialmente circa le opinioni sulla condivisione in generale, e, più in profondità, sui motivi, sui rischi e sulle possibilità dello *sharenting* (par. 5.2.1); 2) la complessità dello *sharenting* e la difficoltà a stabilire dei limiti definiti, universali ed inequivocabili (par. 5.2.2); 3) il ruolo di governance dei dati del bambino, la responsabilità del genitore e la valorizzazione della riflessione sulla propria pratica di condivisione.

*2.1 Polarizzazione delle opinioni sullo *sharenting**

Dall'indagine emerge una polarizzazione iniziale delle opinioni sullo *sharenting* e, in particolare delle motivazioni che incoraggiano gli *sharents*. Da una parte vi sono i genitori che esprimono un punto di vista definito "negativo-critico" sul fenomeno, dall'altra vi sono quelli che invece assumono una visuale chiamata "positiva-critica". Il termine critico si riferisce al fatto che, tranne una persona che si è pronunciata in maniera gravemente negativa sull'argomento, i partecipanti si pongono su posizioni

⁸⁶ Disponibili in appendice

abbastanza intermedie e non estreme. Viene riportata di seguito una parte del confronto tra i genitori a partire dalla prima domanda loro rivolta:

Ricercatrice: «Che idea vi siete fatti dello *sharenting*?»

Marco (32 anni): «[...] per quanto sia sicuramente una gioia bella che ti vien da mostrare sicuramente ok però magari così viene interpretato un po' come un trofeo da esibire quindi magari sì ma non troppo»

Desiree (29 anni): «sì anche secondo me cioè sono d'accordo ma poi non sono proprio così favorevole a pubblicare tutta la vita ecco di mio figlio sapendo che cosa ci può essere dall'altra parte perché ci sono persone che magari lo guardano e vedono la tenerezza e altre che magari hanno anche le idee malsane»

Alma (29 anni): «sì veramente è negativo potrebbe essere positivo solo se ehm la società sarebbe diversa ma non è diversa ci sono troppi pericoli troppe cose che potrebbero succedere e secondo il mio punto di vista non vanno messe certe cose su internet»

Matilde (34 anni): «assolutamente negativo secondo me [...] cosa volete che ci sia di positivo nel condividere foto di mio figlio cosa gliene frega agli altri penso io e perché dovrebbe essere positivo a mio figlio assolutamente no»

Maya (27 anni): «beh ma ci sono foto carine simpatiche così sono d'accordo magari una fatta in studio dove però ce ne sta una due massimo ma no che ogni giorno mi stai la a pubblicare foto far video del bambino perché non è più tuo dopo è di tutti ce è una cosa tua il bambino»

Filippo (34 anni): «[risata] beh oddio tuo fino a un certo punto» [...]

Filippo (34anni): «allora per me il problema non è tanto che la foto venga presa da terze persone perché ormai la privacy non esiste più se vai in qualsiasi posto pubblico sei videosorvegliato cioè la privacy non esiste e più che altro io e mia moglie perché è una decisione comune la nostra diamo peso al fatto che è giusto che sia nostro figlio o nostra figlia a decidere se pubblicare o no la foto il video o cosa altro abbiamo parlato abbiamo seguito questa linea guida»

Gioia (36 anni): «sì beh hai ragione ma alla fine cioè ogni genitore diciamo che ha la patria potestà sul proprio bambino quindi ognuno dovrebbe essere libero di fare quello che vuole se vado a dire a un genitore che condivide sempre non farlo per questo per quello mi dice ma cosa vuoi pensa al tuo no a me» [...]

Greta (26 anni): «sì alla fine sono scelte dipende sono scelte se vuoi metterlo mettilo ti prendi i tuoi rischi e i tuoi pericoli eeh basta se non lo vuoi mettere non lo metti e fai bene»

Gioia (36 anni): «sì si infatti anche secondo me poi anche per me boh va bene certi tipi di foto sulle altre mi farei certi pensieri ecco»

Greta (26 anni): «sì beh le persone normali potrebbero tranquillamente farne a meno di metterli non so là sono scelte delle persone che dice massi mettiamo il viso mettiamo il bambino ma sempre foto di bambini cioè ci vorrebbe magari un po' di ma neanche come dire no moderamento del mettere le foto proprio un o le metti o non le metti ehm dipende dalla scelta dipende» [...]

Il gruppo si divide in persone che, per il consenso del minore o per i rischi legati allo *sharenting*, assumono una posizione più negativa, e in soggetti che pensano al medesimo fenomeno nei termini di scelta individuale del genitore. Questa polarizzazione riflette la natura problematica dello *sharenting* che prevede la coesione di aspetti positivi e negativi, interpretazioni più o meno aperte. Tutti sembrano concordare sui rischi percepiti, che vanno dalla pedopornografia e pedofilia al furto dell'identità e dei dati, dalle ripercussioni psicologiche sul “minore” al cyberbullismo.

Se la consapevolezza dei rischi è condivisa tra i partecipanti, non vi è altrettanta concordanza circa le possibilità che lo *sharenting* può offrire. Matilde (34 anni), con il suo «cosa volete che ci sia di positivo», sottolinea appunto la mancanza di opportunità sia per gli utenti online, sia per i genitori, sia per il bambino. Una posizione estremista ma che può far riflettere sul modo in cui viene interpretato lo *sharenting* dai genitori. Interessante anche la risposta di Filippo (34 anni) che ironizza il significato del termine “tuo” utilizzato da Maya (27 anni) per poi esporre il personale valore assegnato al consenso del minore, perché, dal suo punto di vista, non è “sua” la decisione di condividere ma di suo figlio. Viene introdotto, dunque, il tema della responsabilità: a chi spetta la decisione di condividere? Al genitore, al bambino o ad altri?

Il dibattito è proseguito riflettendo sui rischi, e sono parsi interessanti i commenti di Alma (29 anni) e di Gioia (36 anni) che portano alla luce interpretazioni divergenti dello stesso problema, la prima orientata al futuro e la seconda focalizzata sul presente. Alma (29 anni) afferma che l’adolescente che si troverà con un’identità digitale non creata da lui potrebbe avere difficoltà perché «semplicemente vuole fare un altro tipo di vita completamente diversa da quella che gli hanno predisposto i genitori sui social eeh e magari non la può fare per X motivi magari potrebbe essere anche per quello ci sono tante cose» (Alma, 29 anni).

Rispetto ai rischi Gioia (36 anni), afferma:

allora il rischio sicuramente c’è bisogna esserne consapevoli però io cerco di vedere sempre il lato positivo e penso che comunque anche se esistono i pedofili esistono moltissimi cioè moltissimi molti lati negativi penso che cioè non fare questa cosa che comunque mi piace che la trovo una bella cosa per me perché mi fa insomma sentire bene perché posso crearmi un diario digitale che poi mi mi posso rivedere magari mi mandano il ricordo dell’anno precedente e così via è un modo per me per ricordarmi dei miei figli non nel senso che me li dimentico ma perché mi riportano alla mente quei ricordi belli che nella vita di tutti i giorni potresti perdere o comunque sì non te li ricordi sempre e perdere questo mio diritto questa mia libertà per cioè per non per colpa di queste persone penso non sia giusto e quindi sì spero di essere fortunata perché alla fine è solo una questione di fortuna (Gioia, 36 anni)

La considerazione di Alma (29 anni) suggerisce che la creazione di un’impronta digitale del figlio fin dalla nascita può influenzare notevolmente la vita dello stesso, che in futuro potrebbe essere limitato nelle sue possibilità di vivere nel modo che desidera. Questa partecipante pone l’accento sull’importanza che la *web reputation* acquisisce al giorno d’oggi, e chissà quanto in futuro (non lo si può

sapere)⁸⁷. A questo punto torna utile la riflessione di Gioia (36 anni) che riconosce l'esistenza del rischio ma ammette di non voler rinunciare alle possibilità che offre lo *sharenting* (es. conservazione del ricordo, creazione del diario digitale, la fa «sentire bene») solo perché tra gli utenti della rete ci sono persone che non si comportano correttamente. Alla radice di questa affermazione sembra esserci il seguente quesito: sono i condivisori a dover limitare o rinunciare alla pratica perché consapevoli della realtà potenzialmente pericolosa del social network, o sono le persone che lo abitano a dover cambiare il loro modo di vivere le relazioni online in un'ottica più umanizzante e che consideri ciascuno come dotato di diritti e di una propria dignità? È una domanda senza risposta che ci permette di comprendere l'ambiguità del fenomeno dello *sharenting* e del concetto di responsabilità ad essa connesso. Vi è da sottolineare, inoltre, che la seconda alternativa proposta dal quesito sembra essere utopistica e discordante con quella che è la realtà, ma può far riflettere sull'importanza del modo in cui ciascuno abita la rete.

La discussione successivamente si è concentrata sui motivi che incoraggiano lo *sharenting* e i partecipanti al focus group hanno riflettuto sulle molteplici ragioni delle condivisioni da parte degli *sharents*. Inizialmente il focus sembra il “voler apparire” ed essere gratificati, che sembra compromettere le possibilità di vivere il momento che viene immortalato e pubblicato. È questo il fulcro della riflessione di Alma (29 anni) che dichiara:

se uno mette una foto normale come abbiamo visto prima ci può stare ma se continua a mettere foto e foto e foto e continua a mettere foto che secondo il mio punto di vista non andrebbero messe ovvio che si ovvio gli manca la mmh la sicurezza di sé stessi la felicità che non trovano nel loro figlio basterebbe un attimo fermarsi e vedere quanto si è fortunati secondo me godersi il momento invece di pubblicare la foto sui social perché perdi tempo a fare la foto e a pubblicare la foto e magari in quel momento tuo figlio ti sta facendo un sorriso o dando un bacio e tu non sei lì per godertelo secondo me (Alma, 29 anni).

Il confronto ha indirizzato il discorso sull'esibizionismo verso il riconoscimento dell'esistenza di una società nella quale conta prima di tutto il mettersi in mostra: questo può influenzare e incoraggiare l'esposizione online dei figli. Il commento di Alma (29 anni) è seguito dalla considerazione centrale di Irene (36 anni), la quale esprime quest'idea:

⁸⁷ Lo studio di Adecco (2019) esposto nel capitolo 2.3 riguarda proprio il modo in cui gli altri possono usare le storie digitali che ciascuno racconta di sé o degli altri, interpretandole e ricavandone delle informazioni utili per definire il tipo di persona. Lo studio sottolinea in particolare il fatto che i datori di lavoro possono giudicare l'idoneità di un soggetto per lo svolgimento di una determinata professione anche in relazione alla rappresentazione che lui offre di sé o gli altri condividono su di lui.

ormai la vita è così bisogna adeguarsi ecco ce è diventata ormai quasi una normalità fare una foto non so se deve esserci per forza un bisogno dietro questa azione a volte dico forse ostentare non lo so comunque mi interrogo su questo perché ormai sembra imprescindibile dalla vita sembra una seconda vita virtuale da far vedere agli altri non lo so da un po' di anni a questa parte è così se non fai la storia se non fai la se non fai sapere chi sei poi magari faccio parte della generazione boomer [...] (Irene, 33 anni)

I partecipanti discutono sull'importanza che nell'odierna società viene assegnato alla spettacolarizzazione e al narcisismo e sulla correlazione che questo ha con la diffusione dello *sharenting* come moderna pratica genitoriale digitale. Dal loro punto di vista, l'individualismo e l'investimento narcisistico di cui è pregna la società contemporanea sono gli assi portanti del fenomeno oggetto di discussione: l'interesse per la propria immagine e per la sua rappresentazione sui social media è tale da mettere in secondo piano l'interesse per l'altro; l'obiettivo non è più dare peso al rapporto umano e interpersonale autentico che si crea ma diventa significativo utilizzare questi rapporti per affermare il proprio valore. Allo stesso modo, i genitori si chiedono se ha senso rinunciare a godersi un momento di felicità o di crescita del proprio figlio per averne un ricordo non vissuto pienamente «perdendo tempo a scattare la foto» (Alma, 29 anni). Gioia (36 anni), infatti, avvalorata la pratica affidandole un significato più positivo all'emozione provata dal genitore che cattura la situazione e lo condivide con gli altri perché, secondo lei, non significa vivere in maniera meno profonda il momento ma diversamente. Riguardo alla pubblicazione riferisce: «non penso che i genitori lo facciano per i mi piace o per i commenti ma penso e spero anche che lo facciano per un qualcosa cioè per un'emozione per un per loro, insomma, per qualcosa di bello che loro possono provare pubblicando queste foto e non solo per sentirsi dire che bello tuo figlio o solo per sentirsi lusingati insomma però può essere che ci siano anche persone così» (Gioia, 36 anni). In definitiva, è rilevante osservare il fenomeno dello *sharenting* alla luce del contesto sociale in cui si sviluppa, senza dunque attribuire la “colpa” ai genitori che lo praticano ma piuttosto interrogandosi anche sui meccanismi che lo incoraggiano.

Un altro aspetto rilevante viene espresso da Alma (29 anni) nel commento alla figura numero 12, una foto pubblicata dalla mamma e da una casa editrice che ritrae una bambina seduta sopra ad alcuni libretti da colorare. Essa afferma che «usare i bambini per fare pubblicità si ci può stare nel senso che comunque c'è il consenso del genitore comunque ehm non c'è niente di esagerato in questa foto c'è semplicemente una bambina che sorride ehm e che fa pubblicità dei disegni [...] un po' condizioni la vita di tua figlia in questo caso ma qualsiasi scelta faccia il genitore condiziona in assoluto la vita del bambino non minimamente ma in modo veramente molto esponenziale [...] quindi anche pubblicare queste foto deve essere una scelta pensata come tutte le altre» (Alma, 29 anni). Questo passaggio risulta fondamentale per tre aspetti: 1) il valore assegnato al consenso del genitore e non anche a

quello del “minore”; 2) il riconoscimento del fatto che tutte le scelte operate dalle figure genitoriali hanno un impatto sui figli; 3) la decisione di condividere deve essere ragionata con cognizione di causa come qualsiasi altra scelta genitoriale che riguarda i bambini.

Tra gli intervistati che, alla visione delle immagini introduttive del focus group, avevano criticato gli *influencer* per la loro scelta di sponsorizzare determinati *brand* anche attraverso la pubblicazione di contenuti sui figli, alcuni hanno successivamente ribadito questo aspetto, come Marco (32 anni) che afferma: «è una pubblicità che usa una bambina per aumentare gli acquisti di giornalini da colorare non condivido perché lo vedo come uno sfruttamento nei confronti di quella bambina potevano limitarsi a far vedere i giornalini» (Marco, 32 anni). Altri invece su questa foto assumono un punto di vista più positivo dato dal fatto che il materiale che viene commercializzato riguarda nello specifico i bambini. Maya (27 anni), ad esempio, dichiara: «qua non so cosa dire perché dai se serve per sponsorizzare la casa editrice ci sta è un po' far conoscere la casa editrice perché per bambini quindi ci sta che ci sia la bambina sulla foto quindi non è potrei farla fare anche al mio bambino che so che è un bellissimo bambino logicamente dipende da foto a foto però se sono cose così da bambino ci sta» (Maya, 27 anni). I partecipanti sembrano poi concordare sul fatto che le foto come questa, in cui vengono pubblicizzati contenuti per bambini, sono più “accettabili” rispetto ad altre in cui vengono sponsorizzati per motivi considerati più “superficiali” come l’abbigliamento. In altre parole, è emerso il tema del limite che svilupperemo nel prossimo paragrafo.

2.2 Limiti alla condivisione e complessità dello *sharenting*

Il focus group ha indubbiamente portato a riflettere sui confini dello *sharenting*: questa pratica deve essere normalizzata o limitata? Su quali criteri poggia il ripensamento del fenomeno? Quali potrebbero essere i limiti e chi li dovrebbe stabilire?

Per dare una risposta a queste domande i partecipanti hanno orientato la discussione in direzione di un’evoluzione della responsabilità e della consapevolezza del genitore nel definire i comportamenti più adeguati di condivisione online di contenuti riguardanti i loro figli.

Le figure 7 e 8, che consistono in *post* di momenti del bagnetto di due bambini in differenti modalità, scandagliano un argomento molto sentito dai genitori: quello della nudità dei bambini sui social media. La differenza tra le due foto sta nel fatto che mentre per la prima qualcuno ha ammesso che avrebbe anche potuto pubblicarla, la seconda non viene apprezzata altrettanto. La figura 7 rappresenta il bagnetto di un bimbo in una vaschetta azzurra; la foto viene scattata dall’alto e copre le parti intime con il braccio del genitore che sostiene il figlio. La figura 8 ritrae un bambino dentro ad un lavandino mentre fa il bagnetto; la mano del genitore regge la testa, inoltre le parti intime e il petto vengono oscurati con l’uso di *emoticon*. Queste foto aprono il dibattito non solo sulla questione della nudità

dei bambini online ma anche sulle strategie di *mindful sharenting*. Al di là della loro scelta di pubblicare o meno foto come queste, è interessante capire quale criterio scelgono di utilizzare per valutare l'appropriatezza di un contenuto. Stimolante è il pensiero di Alma (29 anni) sulle due foto: della prima afferma «bella anche questa poi anche il fatto che copre le parti intime quella è una cosa in assoluto da fare vedo comunque un padre o una madre che sta lavando dolcemente il proprio figlio ed è una foto comunque dolce secondo il mio punto di vista», e della seconda «un po' troppo per mettere in mostra l'avrei fatta in maniera diversa dà un messaggio diverso rispetto alla foto precedente ma anche nei modi in realtà io nella foto avrei ripreso la mamma e il papà mentre lo accarezzava e lo lavava qui c'è semplicemente un ti tengo e faccio la foto [...] però apprezzo la scelta di coprire le parti intime» (Alma, 29 anni). Questo, invece, il parere di Irene (33 anni) sulla figura 8:

io non ne capisco il senso di questa foto perché dico se pur di pubblicare il bagnetto di mio figlio non voglio far vedere le parti intime quindi metto gli adesivi o chi mette la foto con la stellina in faccia non la mettere proprio o non lo so sì io non ne vedo il senso di questo o un conto per esempio perché magari di là l'altra foto quella di prima potrei dire che è artistica anche perché è fatta in un certo modo se si vuole e mi sembra più cioè fatta non ti dico fatta da un fotografo però non capisco se vuoi raccontare il bagnetto e lo fai in un certo modo dall'alto del bambino col braccio strategicamente copri i genitali il bambino non è nemmeno preso troppo da vicino quindi bene dai metti 50 foto del viso che poi pensi me le vanno a prendere quindi tipo di di questo [figura 7] direi sì ma dell'altra [figura 8] direi no io ne vedo il senso (Irene, 33).

Irene (33 anni) apprezza il fatto che sono state coperte le zone intime ma si interroga sul significato che può avere postare una foto in cui nascondi delle parti del bambino. Secondo lei, a quel punto, è preferibile non mostrare niente online. La riflessione che si può fare su questo porta a chiedersi: 1) i motivi che hanno spinto quella persona a pubblicare la foto, 2) i significati che essa attribuisce all'immagine e alla relativa condivisione, 3) se ci deve sempre essere un messaggio profondo dietro ad una foto o un video, e 4) se l'uso di strategie che oscurano delle specifiche parti fa perdere il significato della foto a chi l'ha pubblicata. Per esemplificare, si può analizzare il commento di Aurora (32 anni), la quale discute con gli altri partecipanti sull'utilizzo di *sticker* per coprire il volto dei bambini: «a volte quando vedo anche immagini di bambini con il viso coperto mmh vabbè nel senso si riconosce lo stesso che è un bambino per me non ha senso il viso e tutto ok però il bambino si vede che è un bambino è ancora più esagerato puoi fare a meno di pubblicarla direttamente soprattutto se lo conosci questo bambino lo sai distinguere» (Aurora, 32 anni). Cercando di rispondere agli interrogativi posti precedentemente, partiamo dal presupposto che la foto oscurata può essere la “soluzione” che un

genitore adotta per rispondere al dilemma rischio-possibilità, su cui lo *sharenting* invita sempre a interrogarsi, e per conciliare i due aspetti contrastanti, trovando un compromesso. Inoltre, è necessario capire se colui che ha pubblicato il contenuto desidera raggiungere qualcuno con questo suo *post* (es. mandare un messaggio positivo o negativo, ecc...) o se il motivo della condivisione è prettamente personale (es. rendere partecipi i parenti vicini o lontani, condividere un progresso e la soddisfazione che ne deriva, ecc...). È palese che le persone che conoscono quella famiglia e quel bambino potranno riconoscerlo (anche solo dal modo in cui è vestito), come ha detto Aurora (32 anni), ma ancora una volta è necessario chiedersi se l'obiettivo dello *sharent* è renderlo irrecognoscibile a tutti o a chi non lo conosce?

Gli intervistati sono d'accordo sul fatto che, anche se possono trovare carina una foto in cui il bambino fa il bagnetto, la nudità dei "minori" rimane un elemento da escludere dalla rete. Al tempo stesso viene sottolineato che ognuno rimane libero di compiere le scelte che ritiene più consone per i propri figli, anche quelle che riguardano la gestione dei dati personali. Filippo (34 anni) afferma che «dopo ognuno deve essere libero di scegliere cioè nel senso che siamo fatti di tanti modi e ognuno ha le sue idee eeh ce è bello pensare che siamo diversi» (Filippo, 34 anni). Anche Gioia (36 anni) ribadisce il pensiero di Filippo, dicendo: «io credo che ehm il limite lo debba decidere solo il genitore ognuno eeh ha la patria potestà sui propri figli e quindi può decidere liberamente qual è il limite ovviamente eeh io personalmente certe scelte non le farei quindi anche quando vedo certe foto magari il pensiero mi viene però al tempo stesso mi dico che non sono io che devo scegliere per questi bambini ehm appunto perché ci sono i loro genitori che devono pensare a questi ai loro figli» (Gioia, 36 anni). Matilde (34 anni), invece, in risposta a Filippo (34 anni) e Gioia (36 anni), si esprime in maniera opposta: «ci dovrebbe essere il divieto di pubblicare sui social stabilito dal governo con una legge almeno oscurati come facciamo noi all'asilo [lavora come educatrice della prima infanzia] oscuriamo il viso secondo me dopo io se voglio mandare a te la foto della mia bambina posso mandarla» (Matilde, 34 anni). Matilde (34 anni) confronta il comportamento delle strutture educative che devono chiedere il consenso a chi si prende cura dei bambini per pubblicare contenuti che li riguardano, e quello degli *sharents*: essa sostiene che questi ultimi dovrebbero essere limitati come i servizi educativi e scolastici, i quali devono sempre assicurarsi che i soggetti ritratti non siano riconoscibili, oscurandone il volto. Alma (29 anni) contesta questa affermazione, ritenendo «impossibile» un simile approccio:

secondo me deve essere proprio un discorso del genitore una questione di buon senso perché poi io posso dire i politici piuttosto che chi segue la rete internet piuttosto che ma alla fine sono tutti corrotti io non saprei cosa o chi dire quindi spetta al genitore dipende dal genitore purtroppo la società è questa e non si può cambiare quindi il genitore deve essere

consapevole di quello fa e deve essere anche un attimo informato informarsi su cosa succede nel mondo e proprio evitare quelle sulla nudità se un genitore si informa queste cose non le fa secondo il mio punto di vista (Alma, 29 anni).

Irene (33 anni) concorda con Alma (29 anni) e asserisce: «non lo so è un argomento troppo difficile questo [...] io là invocarei il buon senso del genitore di non esagerare troppo perché lui si è il tutore anche del diritto all'immagine del bambino» (Irene, 33 anni).

In un contesto sociale così “difficile da cambiare”, la “soluzione” non può (e non dovrebbe) essere una dittatura della condivisione, che stabilisce ciò che è giusto e ciò che è sbagliato sui social media, ma piuttosto la promozione di un approccio critico all'uso dell'immagine e dei social media, cercando di essere consapevoli di quali rischi esistono ma anche di quali possibilità si aprono quando si pratica lo *sharenting* con responsabilità e quando si abita la rete in maniera giudiziosa.

I partecipanti ammettono comunque la difficoltà nello stabilire delle risposte certe, universali, valide per tutti: i genitori riflettono sulla natura dilemmatica dello *sharenting* ma anche sul fatto che, in quanto questione etica, è declinabile secondo diversi punti di vista ed in essa è insita una problematicità che va oltre la semplice pubblicazione di una foto o di un video sui *social*.

Anita Fallani (n.d.)⁸⁸, giornalista freelance italiana che scrive in collaborazione con il Corriere della Sera e che si occupa anche di podcast, sostiene che «un bambino a cui viene richiesto continuamente di posare o sorridere a una fotocamera può alla lunga desiderare lui stesso di essere fotografato e che quelle foto vengano condivise online. Ci può essere quindi un addomesticamento del desiderio e della performatività virtuale già in tenera età». A partire da questa considerazione è interessante notare come anche i genitori che hanno partecipato al focus group hanno evidenziato questo aspetto non così scontato. Maya (27 anni) risponde in questo modo alla domanda “*Dal vostro punto di vista, quale impatto può avere l'esposizione online dei figli sul loro futuro?*”: «vabbè vengono su uguali di conseguenza come i genitori non li lasci un bambino nato eh che tu li pubblichi le foto e i video hai sempre stato telefono in mano loro imparano e lei di conseguenza avranno sempre il telefono in mano» (Maya, 27 anni). Aurora (32 anni) dà valore a questo commento: «si beh è vero potrebbero ripercuotersi se il social va ad avanti quindi se il telefono lo prende in mano sempre prima perché alla fine è sempre prima [...] è un mondo che si sta evolvendo in maniera sempre negativa» (Aurora, 32 anni). È un punto di vista negativo sul futuro dei bambini che vivono lo *sharenting* quello espresso dalle due partecipanti, i cui timori corroborano le preoccupazioni espresse da Fallani (n.d.).

⁸⁸ Disponibile al sito: <https://www.siamomine.com/il-dilemma-dello-sharenting/>.

2.3 *Sharents come rappresentanti dell'infanzia e della genitorialità online*

Quando si parla di *sharenting* si discute anche di come vengono rappresentate la famiglia, l'infanzia e la genitorialità online: quali significati possono trasmettere delle foto, dei video o dei testi sui figli agli utenti della rete? Hanno il potere di scardinare dei modi inappropriati di pensare ai bambini, ai genitori, e alle relazioni che si instaurano tra questi, in un contesto domestico, e con la società in generale?

Per approfondire questo aspetto, si può esaminare il significato co-costruito dai genitori del focus group a partire dalle riflessioni condivise durante la discussione. Prendendo in considerazione la figura numero 10, che raffigura una bambina sorridente in posa, si possono fare delle osservazioni rilevanti per comprendere i modelli di genitorialità e di infanzia che vengono comunicati sui social media attraverso la pratica dello *sharenting*. Pertanto, viene riportata una parte della discussione che si è tenuta su questa foto:

Alma (29 anni): «si ci può stare mi colpisce il fatto che sia tutto super rosa tutto super ordinato tutto super perfetto e che probabilmente soprattutto la madre è così l'ambiente mi dà quest'idea di perfezione ma questo non vuol dire che nella realtà non possa essere così»

Maya (27 anni): «si infatti anche io mi chiedevo quando ho visto la foto cioè le bambine non sono naturali così sono naturali quando giocano sono naturali fanno le fotografie mentre giocano mentre fanno qualcosa ma questo non è naturale non mi piace perché sembra costruita no queste cose no perché a me piacciono tanto le foto naturali e questa non è proprio una foto naturale è una foto fatta per»

Greta (26 anni): «sono d'accordo con voi questa bambina mi dà l'idea di essere tanto tanto costruita ce anche da come ehm lei allora è tutta tirata sembra un'adulta come cioè proprio la messa in posa come mette le mani la gamba sembra una modella questa gonnellina corta e sembra quasi truccata anche come mette le mani cioè proprio è finta e anche tutto attorno è tutto costruito mhm questa bambina secondo me è proprio stressata da una mamma che vuole sfruttare la sua bellezza e la come si dice la agghinda come un'adulta come un *influencer* è sfruttamento dei bambini questo»

Irene (33 anni): «si anche a me sa di finto mi sembra tutto costruito messo lì la posa si magari il genitore l'ha fatto una volta e poi la bambina l'ha memorizzata i bambini sono così anche mio figlio anche se gli chiedi un amore ti faccio una foto si mette a sorridere» [...]

Marco (32 anni): «no dai io penso che avrei anche pubblicato una foto così magari tagliando la foto metto solo la parte sopra perché non mi piace che ci siano le cosce così la gonnellina così ma se prendi in viso è carina»

Irene (33 anni): «no beh è bellissima la bambina ed è bellissima la foto e anche la cameretta di una bambina bellissima però mi viene da dire che per la mia vita per quello che vivo non è la vita vera»

Aurora (32 anni): «si sembra un'immagine costruita poi magari possono essere andati a fare un servizio fotografico però la mamma è stata contenta del servizio e poi l'ha condivisa (Aurora, 32 anni) [...]»

La prima riflessione che si può fare è legata al fatto che il ruolo di fotografa e *sharent* viene attribuito alla madre della bambina raffigurata, senza che vi siano dati oggettivi a supporto di quest'idea. Pertanto, viene da chiedersi se nell'immaginario comune determinati tipi di contenuto vengano più facilmente attribuiti alle figure di sesso femminile; in questo caso, ad esempio, secondo gli intervistati l'immagine "curata" della bambina potrebbe essere un aspetto che viene gestito prevalentemente dalla figura materna e, dunque, è più spontaneo pensare che sia lei a condividerla sui *social*. In seconda analisi i partecipanti sembrano più indirizzati verso un'idea di perfezione della foto e una non corrispondenza con quella che è la realtà della vita familiare. Alcuni pongono l'accento sull'idea di sfruttamento dei bambini, altri riconoscono la possibilità che sia una foto di un servizio fotografico. L'analisi di questo contenuto pubblicato su *Instagram* e i relativi pensieri e significati che i partecipanti hanno condiviso su questo, non hanno l'obiettivo di ergersi a difesa dello *sharent* né di accusarlo: il fine ultimo è piuttosto capire le interpretazioni plurime e i molteplici messaggi che possono percepire le persone che osservano quotidianamente questi materiali online. Dall'idea di perfezione a quella di sfruttamento, tutto ciò che un genitore pubblica sui social media contribuisce a creare un immaginario collettivo sull'infanzia e sulla genitorialità: esserne consapevoli è essenziale.

Anche il confronto tra le figure 1, 5 e 13, rappresenta uno spunto per lo studio dei modelli trasmessi attraverso questa pratica genitoriale digitale. La prima riguarda la nascita del figlio di Aurora Ramazzotti⁸⁹ che, per il momento, non è stato mostrato in volto sui *social* per una scelta dei genitori; la foto comprende la mano del padre stretta a pugno contro quella del figlio, anch'essa chiusa nella medesima maniera, ed entrambi sono appoggiati su quella che si presume essere la pancia della madre. La seconda ha come protagonisti Chiara Ferragni e Fedez, *influencer* italiana molto nota lei e rapper italiano lui, e il loro figlio appena nato; entrambi i genitori si mostrano commossi mentre abbracciano il nuovo arrivato. La terza foto proviene da genitori "comuni" che hanno condiviso una foto dopo la nascita del loro bambino, il quale si trova in braccio alla madre ed è osservato con gioia da entrambi i genitori. È bene analizzare ora le riflessioni portate avanti del gruppo di discussione, che possiamo distinguere in due tipologie: 1) la distinzione tra genitori "comuni" e quelli famosi; 2) i significati che vengono attribuiti ai contenuti pubblicati.

Un tema caro ai genitori, ma in generale nel dibattito pubblico sullo *sharenting*, è il comportamento di condivisione operato dai personaggi dello spettacolo. Sulla prima foto apre il confronto Irene (33 anni) che la apprezza perché testimonia, dal suo punto di vista, come anche il padre abbia un ruolo fondamentale durante il parto, generalmente considerato come un momento in cui sono prevalentemente mamma e bambino al centro, e che, aggiunge, occupi un posto privilegiato nella relazione sin dalla nascita del figlio e che non sia una figura da relegare in secondo piano. Greta (26 anni) ammira

⁸⁹ Figlia del cantante Eros Ramazzotti e della conduttrice, attrice ed ex-modella Michelle Hunziker.

la scelta di Aurora Ramazzotti di condividere solo la mano del suo bambino e non il volto, tutelandolo. Alcuni partecipanti hanno dichiarato di aver pubblicato una foto simile e, in generale, a tutti tornano alla memoria i ricordi personali vissuti durante questo momento speciale. Della seconda foto, Irene (33 anni) afferma «condividere sui social anche questi momenti così è una scelta e per lei è il lavoro ecco io penso questo cioè secondo me ormai per lei è inscindibile dividere il lavoro dalla sua vita privata perché ormai tutti si aspettano di sapere cosa sta facendo». Secondo Greta (26 anni) in quella foto “*I Ferragnez*”⁹⁰ sembrano una «coppia normale [...] perché tutti quanti si emozionano quando nasce un figlio» (Greta, 26 anni). Anche la terza foto ricorda emozioni provate ma non verrebbe pubblicata dai partecipanti perché è un momento da godere pienamente a livello emotivo e non è necessario quindi preoccuparsi troppo della condivisione o di scattare la foto (Maya, 27 anni; Filippo, 34 anni). Irene (33 anni) si esprime così sul contenuto in questione: «è bello in se rappresenta la vita la nascita l’unione della famiglia la mamma è così felice è una bella foto ovviamente dà un dà un bel messaggio però ovviamente può piacere o non può piacere c’è chi la vuole tenere sul suo telefono e c’è chi invece la vuole mettere sul mondo ecco è che bisogna anche pensare che quello che poi va a finire in rete in un social va a finire in tutto il mondo ce diventa una cosa che vedono tutti». Durante il dibattito, inoltre, è emerso un quadro in cui viene in una certa misura legittimato il comportamento di condivisione delle persone dello spettacolo, le quali sono «quasi obbligate» (Greta, 26 anni) a pubblicare qualsiasi aspetto della loro vita, senza possibilità di scegliere se farlo o meno. Anche se non è questo il tema su cui si focalizza la ricerca, è pertinente il valore assegnato alla scelta del genitore che per questi soggetti conosciuti da tutti sembra essere irrilevante. Ad esempio vi è la tendenza, da parte dei partecipanti, a parlare dei personaggi famosi come una realtà diametralmente opposta rispetto a quella dei genitori comuni, anche se la scelta di Aurora Ramazzotti sembra dimostrare il contrario. L’altro aspetto cruciale è la presa di posizione del gruppo, in linea generale, nel riconoscere al genitore la piena responsabilità della gestione dei dati dei figli e l’importanza di una consapevolezza e del buon senso nella regolamentazione di questa funzione di «*parents media trusteeship*» (Naab, 2018). Quella che viene appuntata come prioritaria è la genitorialità riflessiva perché il genitore deve farsi carico di due responsabilità: la prima, come si è visto, la governance dei dati del “minore” in quanto garante del suo diritto all’immagine e di «*privacy stewardship*» (Kumar & Schoenebeck, 2015), e la seconda, legata alla modalità di rappresentazione che viene utilizzata che attesta l’esistenza di un determinato modello di genitorialità e di infanzia.

La narrazione della genitorialità, attraverso lo *sharenting*, è fondamentale per decostruire quei modelli prestabiliti, a senso unico di famiglia e imperniati su forme neoliberiste e di determinismo pa-

⁹⁰ I due personaggi famosi si fanno chiamare così.

rentale. Al tempo stesso, online è possibile riprodurre questi modelli pedagogici intensivi. In definitiva, gli ambienti digitali, attraverso i contenuti che i genitori diffondono online, favoriscono l'incontro fra modelli pedagogici dominanti e minoritari, e questo rende le storie raccontate dai genitori un «deposito di cultura (o controcultura) pedagogica cui altri genitori potranno accedere e alla cui conferma e/o evoluzione contribuire» (Cino, 2020b, p. 83).

CONCLUSIONI

Nel presente contributo ci si è interrogati a fondo sullo *sharenting*, esplorandone gli aspetti più salienti e mettendo in rilievo il modo in cui il fenomeno contribuisce alla riproduzione e co-costruzione di “buone” pratiche genitoriali.

Il lavoro, in particolare, si è aperto con l’esposizione di uno sfondo teorico che tratta i mutamenti della relazione, della famiglia e dell’infanzia in relazione ai media, che si contraddistinguono come «estensioni evolutive del corpo [...] che creano nuovi ambienti umani e nuovi assetti delle relazioni interpersonali» (McLuhan, 2002, in Scabini & Rossi, 2013), ma possono anche generare situazioni di *moral panic* (Cohen, 2002). Del resto, è vero che «in una società sempre più permeata dalla tecnologia, in cui dimensioni propriamente umane come identità, relazionalità [...] sono sempre più dipendenti dalla tecnologia e dalle sue trasformazioni, è inevitabile che sorga un modo diverso di problematizzare la tecnologia che prende in considerazione anche il ruolo dei valori» (Bennato, 2011, pp. 125-126).

I media hanno anche contribuito alla definizione di nuove pratiche genitoriali digitali, tra le quali emerge lo *sharenting*, oggetto di questo studio. Il fenomeno, particolarmente diffuso anche se recente, porta con sé una serie di questioni etiche e problematiche: se da un lato è indubbio che vi siano degli aspetti critici e rischiosi di varia natura (criminologica, sociologica, psicologica, pedagogica, morale, ecc...) del comportamento di condivisione, dall’altro il pensiero sullo *sharenting* deve essere ragionato e contestualizzato a partire dalla letteratura sul tema fino all’opinione dei genitori, gli agenti principali (ma non gli unici) del fenomeno, e dei bambini che lo esperiscono direttamente. Per questa ragione è stata presentata la limitata e recente (2015-2023) letteratura sul tema che ha permesso di osservare come lo *sharenting* sia un fenomeno tanto diffuso quanto criticato e contestato per la presenza di rischi ai quali i bambini vengono esposti, e per il fatto che alcuni motivi di condivisione dei genitori vengono visti negativamente (per esempio il mettersi in mostra, ricevere like, commenti e *feedback* dagli altri utenti). Inoltre, lo *sharenting* è spesso correlato a forme di panico morale che si estendono ad ogni tematica che scuote e divide il pubblico.

La ricerca condotta ha quindi interpellato la categoria dei genitori, assumendone le posizioni, le esperienze e i vissuti relativi allo *sharenting* come punti di vista strategici per la costruzione di lenti che permettono l’osservazione più attenta e cauta nella narrazione della pratica, sia come pericolo da scongiurare, sia come prassi da normalizzare.

Il quadro teorico di riferimento, la letteratura a disposizione e la ricerca presentata in questo studio hanno permesso di consolidare l’idea dello *sharenting* come fenomeno sociale complesso, ambiguo,

di difficile definizione e problematico sotto vari punti di vista. Del resto, però, come sostiene Rossetti (2023) «rispetto all'educazione digitale, più ci si confronta con l'imprevedibilità e l'insicurezza del mondo in cui si vive, più si va alla ricerca di modelli che aiutano a comprendere». Approfondire il tema dello *sharenting* e non limitarsi ai potenziali rischi sembra essere un punto di partenza necessario per poter individuare nuovi percorsi della genitorialità digitale e non solo. L'esperienza online definisce e ridefinisce i rapporti familiari, agendo pertanto anche sulla realtà offline e, in particolare, sulla relazione che si costruisce tra genitori e figli. Vi è da segnalare inoltre che, nonostante le innumerevoli critiche, la condivisione di fotografie familiari rimane un'attività comune e diffusa tra i nuovi genitori. In un articolo scritto da Adrienne LaFrance⁹¹ (2016) e pubblicato su "Internazionale", riprendendo il pensiero di Stacey Steinberg, la giornalista prende in esame i rischi dello *sharenting*, dando però un'idea di quali sono i benefici che possono derivare dalla condivisione. L'obiettivo, quindi, non è scoraggiare i genitori a pubblicare online storie relative ai loro figli ma, piuttosto, riflettere sull'utilità e la validità dei contenuti che si pubblicano, considerando che sono i bambini ad essere messi in primo piano su un ambiente vasto come quello dei social media. L'articolo termina con una citazione di Steinberg, la quale suggerisce un possibile modus operandi per fare un passo avanti che, per quanto parziale, offre la possibilità di trovare delle "soluzioni" alla problematica. Essa si esprime così: «la prima generazione di bambini cresciuti con i social network è quasi maggiorenne, e si sta affacciando all'età adulta e al mercato del lavoro [...] sarebbe saggio da parte nostra invitarli come difensori dei diritti dei bambini quando discutiamo di come andare avanti nel miglior modo possibile». Le difficoltà nel trovare un orizzonte di senso a questa nuova pratica, secondo Steinberg, potrebbero essere superate, anche in minima parte, se al centro della ricerca e del discorso pubblico assumessero un ruolo cruciale anche gli adolescenti che vivono in prima persona la pratica assieme ai loro genitori. Inoltre, come fanno notare Mascheroni e collaboratori (2018), «dobbiamo riconoscere che gli approcci dei genitori alle tecnologie della comunicazione non scaturiscono da un processo decisionale razionale e intenzionale, ma piuttosto dalle esigenze concorrenti della vita sociale, lavorativa e familiare, dall'autorealizzazione e dal desiderio di essere "buoni" genitori [...]. Ciò che significa essere "buoni" genitori, anche in relazione allo *sharenting*, è profondamente intriso di norme, trattative, valori, credenze ed emozioni» (Mascheroni et al., 2018, p. 210). La negoziazione dei significati che i genitori attribuiscono allo *sharenting* esplicita anche il loro modo di vivere il ruolo e le funzioni genitoriali, che si fondano su criteri, principi, valori socialmente riconosciuti e validati. Indagare questo fenomeno significa, dunque, studiare la genitorialità nei modi in cui viene rappresentata e concepita dalla cultura e dall'ambiente sociale in cui si manifesta, coscienti del fatto che «sono i

⁹¹ Disponibile al sito: <https://www.internazionale.it/notizie/adrienne-lafrance/2016/10/21/privacy-bambini-foto-facebook>.

valori che dominano una società (denaro, potere, successo) a condizionare le pratiche di cura e l'atteggiamento (dis)educante nei confronti dell'infanzia» (Demozzi, 2017, p. 69).

Nel dettaglio, la ricerca qualitativa, che è stata realizzata con la partecipazione di 25 genitori (tra i 20 e i 50 anni di età) di bambini con meno di dieci anni, ha utilizzato come metodi di indagine l'intervista episodica e il focus group, che hanno permesso di raccogliere le esperienze, le percezioni e le opinioni dei partecipanti sullo *sharenting*. La ricerca, interpretata alla luce del panorama letterario e teorico, ha fatto emergere una serie di aspetti: 1) la pratica dell'album di famiglia che ha impegnato i genitori nel periodo precedente alla diffusione dei social media, non è scomparsa ma si pone in concomitanza con la prassi dello *sharenting*, la quale risulta comunque predominante data l'attuale pervasività dei media; 2) il riconoscimento della complessità del fenomeno, connessa alle modalità plurime di "fare *sharenting*" e di vivere e rappresentare la genitorialità, rende estremamente difficile stabilire delle regole "da manuale", valide per tutti, in ogni situazione e contesto; 3) l'individuazione di molteplici fattori che possono incoraggiare la condivisione online da parte dei genitori, che prendono in causa le tendenze narcisistiche, individualiste e di spettacolarizzazione che contraddistinguono la società stessa (Boccia Artieri, 2012), e della mancanza di un supporto adeguato alle esigenze delle famiglie, le quali vedono negli ambienti digitali delle forme di confronto e sostegno più in linea con i loro reali bisogni; 4) l'esistenza di «immaginari divergenti sui rischi digitali» (Lavorgna & Tartari, 2023, p. 77), che in parte banalizzano il rischio e dall'altra lo estremizzano; 5) l'assegnazione allo *sharenting* del merito di contribuire alla costruzione di nuovi significati sulla genitorialità e di modalità alternative di narrazione del *parenting* (e non solo); 6) la comprovata riflessione da parte dei genitori sui «dilemmi digitali» (Cino, 2022c) e sulle strategie di «*mindful sharenting*» (Walrave et al., 2023), accompagnata in maniera balbettante da una tendenza deresponsabilizzante sul proprio comportamento di condivisione, la quale consiste nell'assegnare aspetti principalmente critici alle azioni online degli altri genitori, e prevalentemente positivi alle proprie; 7) l'importanza di un'etica della comunicazione che «porti il soggetto a riflettere sui principi generali che sono presupposti alle proprie scelte nel relazionarsi [online] all'altro [...]. È necessario [che il condivisore] rifletta su/comprenda quali sono i criteri etici che stanno alla base del proprio comportamento» (Di Bari, 2015, p. 171); e 8) dai risultati non è emerso un panico morale rispetto allo *sharenting*. In definitiva, lo studio, che ha cercato di cartografare gli aspetti più salienti di questa pratica, si pone in linea di continuità con gli sviluppi della letteratura e delle ricerche che hanno adottato un metodo analogo a quello della presente indagine.

Dal punto di vista pedagogico, è fondamentale riconoscere come lo *sharenting* sia un fenomeno conclamato, difficile da definire ma ormai parte integrante della vita di un ampio spettro di famiglie. Condannare la prassi e chi la pratica non è la soluzione: consapevoli o meno dei rischi, molti genitori

continuano e continueranno ad adottare e riprodurre tale pratica per i motivi più disparati. I professionisti dell'educazione hanno dunque il compito di guidare i genitori nella circoscrizione del loro comportamento di condivisione, riflettendo su quali sono le priorità, i contesti, le situazioni dello *sharenting*, consapevoli che questa è «un'opportunità che dev'essere esercitata con cautela: senza cioè confondere [...] da un lato la condivisione con la partecipazione, e dall'altro l'esibizione di sé con la propria espressione» (Fabris, 2019, p. 158), e senza dimenticare che al centro dell'attenzione di un vasto pubblico vi sono in primis i bambini. Come sottolineano anche Cino e Demozzi (2017), «è compito dei professionisti dell'educazione quello di educare a una valorizzazione di cose, fatti e persone che prescindano dalla loro spettacolarizzazione» (Cino & Demozzi, 2017, p. 173): anche riconoscendo il ruolo svolto dagli spazi digitali nel supportare i genitori, ragionare sull'orizzonte di senso della propria azione di condivisione è imprescindibile. Altro aspetto da tenere in debita considerazione è relativo al fatto che il bisogno di performare la propria genitorialità si inserisce in un contesto sociale permeato dalle idee di spettacolo e di narcisismo: è in questi termini che la pratica dello *sharenting* deve essere discussa e interpretata, alla luce cioè della società entro la quale viene designata. Inoltre, guardando al futuro, è interessante il parere sulla pratica di condivisione genitoriale digitale di Tiziana Metitieri, neuropsicologa all'ospedale Meyer di Firenze, la quale si esprime in un'intervista condotta da Francesca Boccaletto (2023) de "Il Bo-Live" dell'Università di Padova:

se l'attività è considerata una tra le tante, posso presumere che non avrà un impatto negativo sulla sua vita adulta, o meglio, se ci saranno problemi in futuro, forse potrà non dipendere solo dal mezzo ma, più in generale, dalle relazioni familiari. Al contrario, se quel bambino diventa sempre più triste, video dopo video, se il genitore deve alzare il livello di coinvolgimento, se deve costringerlo, se lo isola da altri contesti sociali e attività ludiche e ricreative con i coetanei, in questo caso posso aspettarmi reazioni molto negative e preoccupanti, e non solo in età adulta: se esposto a un disagio psicologico, infatti, può mostrare subito comportamenti problematici. Per concludere, l'inserimento di un bambino nel suo mondo, fatto di famiglia, scuola e amici, va sempre tutelato e garantito (Boccaletto, 2023).

Il messaggio di Metitieri indica come anche per lo *sharenting*, ciò che acquisisce sempre un'importanza vitale è il modo in cui viene intesa e vissuta la relazione familiare: è soprattutto quando questa viene posta in secondo luogo che sorgono le difficoltà e i problemi. Sostenere la priorità della relazione è proprio il ruolo che educatori e pedagogisti devono adempiere, partecipando alla formazione della consapevolezza genitoriale sulla necessità di definire il proprio modo di stare anche online in un orizzonte che non marginalizza i bambini raffigurati ma, piuttosto, arricchisce e avvalorizza le loro possibilità. I minori rappresentati inoltre, data la loro presenza (passiva o attiva) sempre più precoce

all'interno della rete, necessitano di un supporto che li orienti nell'ambiente digitale affinché anch'essi possano confrontarsi con i genitori in maniera più consapevole sullo *sharenting*: di questo, la *Media Education* può e dovrebbe occuparsi.

La scelta di condurre una ricerca qualitativa con un numero esiguo di partecipanti (25) ha escluso le possibilità di generalizzazione dei dati ma ha permesso una riflessione situata e in profondità che parte dalle esperienze dei praticanti dello *sharenting*. Le interviste e il focus group comportano inoltre il limite legato alla presenza della ricercatrice che può influenzare le risposte dei partecipanti. Inoltre, la scarsità di riferimenti a contenuti testuali da parte degli intervistati, che hanno riferito di non usare molto quelle forme di condivisione, ha limitato la riflessione su un aspetto fondamentale della narrazione dello *sharenting*, che generalmente viene inteso solo come pubblicazione di contenuti audio-video e fotografici, escludendo quelli di diversa natura (testuali, app, ecc...). Un altro aspetto limitante è l'assenza nell'indagine di bambini e ragazzi che avrebbero potuto confutare o sostenere le riflessioni dei genitori (es. le loro percezioni circa il modo in cui vengono rappresentati i bambini attraverso lo *sharenting* e l'infanzia in generale, ecc...) e garantire un'analisi più profonda del fenomeno.

I futuri orizzonti di ricerca dovrebbero sicuramente prendere in esame i vissuti dei "minori". Dato che lo *sharenting* è un fenomeno che porta alla narrazione digitale anche di momenti come quello della gravidanza, e considerato che i bambini fino ad una certa età non hanno la capacità di esprimersi a parole in maniera tale da garantire una ricerca nel senso più classico, si può pensare di utilizzare dei metodi alternativi che, avvicinandosi ai bambini, permettono di cogliere i loro significati anche su una pratica di così complessa definizione. Un esempio può essere la "*Philosophy for Children*"⁹², un programma educativo ideato dal filosofo americano Matthew Lipman, professore emerito alla Montclair State University, e dai suoi collaboratori, in primo luogo Ann M. Sharp. La dimensione etica dello *sharenting* che include il tema dei diritti dei bambini, si inserisce pienamente nelle possibilità del modello pedagogico delineato da Lipman e può portare a risultati creativi e interessanti per ciò che riguarda il fenomeno della condivisione da parte dei genitori. Osservare lo *sharenting* coinvolgendo i bambini già a partire dalla scuola dell'infanzia può essere un modo per integrare nuovi significati a questo fenomeno così problematico.

Per concludere, dato che lo *sharenting* tratta i temi della quotidianità e della genitorialità, si può fare riferimento a quanto espresso da Paola Milani, la quale afferma che «nessun ragionamento lineare,

⁹² Essa è un programma di intervento educativo che si basa sulla promozione del pensiero critico e creativo, focalizzando l'attenzione sulla filosofia intesa come contenuto e come metodo di ricerca. Ciò che è fondamentale, secondo la *Philosophy for Children* è la «capacità di "pensare bene" e la dimensione di senso in cui questo pensare si dispiega» (Rossi, 2007, p. 7).

che stabilisca semplicemente nessi di causa ed effetto tra questioni evidentemente complesse e multifattoriali, può essere applicato senza incorrere in indebiti riduzionismi» (Milani, 2018, p. 13). Questa riflessione si applica perfettamente a tutti i protagonisti del fenomeno in questione ma, in particolare, agli esperti dell'educazione che devono occuparsi dello *sharenting*, non esprimendo giudizi di valore su quale sia il “buon genitore” e quale no ma, al contrario, rivedendo la narrativa mediatica offensiva e diffondendo conoscenze meno allarmistiche, più fondate e meno giudicanti su un fenomeno che non annovera solo rischi ma, se pensato e problematizzato, anche un vasto orizzonte di possibilità.

BIBLIOGRAFIA

- Abidin, C. (2017). #familygoals: Family Influencers, Calibrated Amateurism, and Justifying Young Digital Labor. *Social Media + Society*. 1(15).
- Adawiah, L.R. & Rachmawati, Y. (2021). Parenting program to Protect Children's Privacy: The phenomenon of Sharenting Children on social media. *Jurnal Pendidikan Usia Dini*. 15(1), pp. 163-180.
- affects observers' desire to affiliate with parents. *Current Psychology*.
- Altheide L., D. (1994). An ecology of communication: Toward Mapping of the Effective Environment. *The Sociological Quarterly*. 35(4), pp. 665-683.
- Altun, D. (2019). An Investigation of preschool children's digital footprints and screen times, and of parents' sharenting and digital parenting roles. *International Journal of Eurasia Social Sciences*. 10(35), 76-97.
- Ammaniti, M. (2015). *La famiglia adolescente*. Roma- Bari: Laterza.
- Ammari, T. & Schoenebeck, S. (2015). Understanding and Supporting Fathers and Fatherhood on Social Media Sites. *Proceedings of the 33rd Annual ACM Conference on Human Factors in Computing Systems*. pp. 1905-1914. Doi: <https://doi.org/10.1145/2702123.2702205>.
- Ammari, T. et al. (2015). Managing Children's Online Identities: How Parents Decide what to Disclose about their Children Online. *Proceedings of the 33rd Annual ACM Conference on Human Factors in Computing Systems*. pp. 1895-1904. Doi: <https://doi.org/10.1145/2702123.2702325>.
- Amon, M.J. et al. (2022). Sharenting and Children's Privacy in the United States: Parenting Style, Practices, and Perspectives on Sharing Young Children's Photos on Social Media. *PACM on Human-Computer Interaction*. 6(116).
- Archer, C. (2019). How influencer mumpreneur bloggers and everyday mums frame presenting their children online. *Media International Australia*. 179(1), pp. 47-56.
- Archer, C. & Kao, K.T (2018). Mother, baby and Facebook makes three: does social media provide social support for new mothers?. *Media International Australia*. 168(1), pp. 122-139.
- Aroldi, P. (2015). Famiglie connesse. Social network e relazioni familiari online. *Media Education- Studi, ricerche e buone pratiche*. *Centro Studi Erikson*. 6 (1), 1-17.
- Autenrieth, U. (2018). Family photography in a networked age. Anti-sharenting as a reaction to risk assessment and behaviour adaption. pp. 219-231 in Giovanna Mascheroni, Cristina Ponte & Ana Jorge (eds.) *Digital Parenting. The Challenges for Families in the Digital Age*. Göteborg: Nordicom.
- Auxier, B. et al. (2020). Parenting Children in the Age of Screens. *Pew Research Center*.
- Aw, S. et al. (2020). Parenting and sharenting communication for preventing juvenile delinquency. *Informasi*. 50(2), pp. 177-186.
- Aydoğdu, F. et al. (2023). Does Sharing Bring Happiness? Understanding the Sharenting Phenomenon. *Children and Youth Services Review*. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.childyouth.2023.107122>.
- Bagnato, K. (2020). Online hate speech: responsabilità pedagogiche-educative. *Annali online della Didattica e della Formazione Docente*. 12(20), pp. 195-211.
- Balaban, G. H., (2022). Demographic, Social Network Structure- and Instagram Use- Related Factors Predicting Parents' Sharenting Behaviours.
- Barassi, V. (2017). BabyVeillance? Expecting Parents, Online Surveillance and the Cultural Specificity of Pregnancy Apps. *Social Media + Society*. pp. 1-10.
- Barnes, R. & Potter, A. (2021). Sharenting and parents' digital literacy: an agenda for future research. *Communication Research and Practice*. 7(1), pp. 455-469.
- Bartholomew, M.K., et al. (2012). New Parents' Facebook Use at the Transition to Parenthood. *Family Relations* 61(3), pp. 455-469.

- Bassant, C. & Schnebbe, M. (2022). Does the GDPR offer a solution to the “problem” of sharenting?. *DuD Datenschutz und Datensicherheit*. 6
- Bastemur, S. & Kursuncu, M.A. (2022). Sharenting: Why Parents Share Their Children’ Photos on Social Media?. *ODÜSOBIAD*. 12 (3), pp. 2911-2928 Doi: 10.48146/odusobiad.1137855.
- Bettelheim, B. (1987). *Un genitore quasi perfetto*. Milano: Feltrinelli.
- Bhroin Ni, N. et al. (2022). The Privacy Paradox by Proxy: Considering Predictors of Sharenting. *Media and Communication*. 10(1), pp. 1-13.
- Biffi, E. & Macinai, E. (2019). Ombre e ferite dell’educazione: Violenza e maltrattamento sui minorenni. *Viol-E, Studi pedagogici su violenza e educazione*. Milano: Franco Angeli.
- Bishop, J. et al. (2013). Book Review, *Networked: The New Social Operating System*. *International Journal of E-Politics*. 4(2), pp. 64-66.
- Blum-Ross, A. & Livingstone, S. (2017). “Sharenting”, parent blogging, and the boundaries of the digital self. *Popular Communication*. 15(2), pp. 110-125. DOI: 10.1080/15405702.2016.1223300.
- Boccia Artieri, G. (2012). *Stati di connessione: pubblici, cittadini e consumatori nella (Social) Network Society*. Milano: Franco Angeli.
- Bonanomi, G. (2020). *Sharenting: Genitori e rischi della sovraesposizione dei figli online*. Milano: Mondadori.
- Bovone, L. (1997). Frammenti di comunicazione globale. *Vita e Pensiero*. Studi di Sociologia. Anno 35, Fasc. 3/4, 387-397. URL: <http://www.jstor.org/stable/23004771>.
- Briazu, R.A. (2021). Facebook Sharenting in Mothers of Young Children: The Risks Are Worth It but Only for Some. *Technology, Mind and Behavior*. 2(4).
- Bronfenbrenner, U. (1979). *The ecology of human development*. Harvard University Press.
- Brosch, A. (2016). Where the Child is Born into the Internet: Sharenting as a Growing Trend among Parents on Facebook. *The New Educational Review*. pp. 225- 235.
- Brosch, A. (2018). Sharenting: Why Do Parents Violate Their Children’s Privacy. *The New Educational Review*. 54(4), pp. 75-85.
- Buvar, A. & Orosz, G. (2023). Adult-focused sharenting does not pay out: Sharenting in sponsored posts elicits negative ethical attitudes if the product is adult-related, but not when it is child-related. *Journal of Marketing Communications*. DOI: 10.1080/13527266.2023.2208122.
- Campana, M. et al. (2020). #dadtribe: Performing Sharenting Labour to Commercialise Involved Fatherhood. *Journal of Macromarketing*.
- Caronia, L. (2010). La governance dei media in famiglia come arena morale ed educativa. *Infanzie e Famiglie*. 5(1), pp. 1-20.
- Cataldo, I. et al. (2022). From the Cradle to the Web: the Growth of “Sharenting”: A scientometric perspective. *Human Behavior and Emerging Technologies*.
- Chalklen, C. & Anderson, H. (2017). Mothering on Facebook: Exploring the Privacy/Openness Paradox. *Social Media + Society*. 3(2).
- Choi, G. Y. & Lewallen, J. (2018). Say Instagram Kids!: Examining Sharenting and Children’s Digital Representations on Instagram. *Howard Journal of Communications*. 29(2), pp. 144-164.
- Cigoli, V. (2006). La realtà familiare: legami in azione e legami rappresentati. *Psicobiettivo*. 26(3), pp. 13-35.
- Cino, D. (2020a). Dilemmi digitali e governance dell’identità digitale dei minori: l’interazione fra pari come opportunità informale di media education. *Media Education* 11(2), pp. 149-161. Doi: 10.36253/me-9027.
- Cino, D. (2020b). Fare e disfare la “buona” maternità online: costruzioni e decostruzioni di un modello pedagogico. *Journal of Phenomenology and Education*. 24(58), pp. 75- 86.
- Cino, D. (2022a). Beyond the Surface: Sharenting ad a Source of Family Quandaries: Mappingg Parents’ Social Media Dilemmas. *Western Journal of Communication*, DOI: 10.1080/10570314.2021.2020891.
- Cino, D. (2022b). Managing sharing is caring. Mothers’ Social Media Dilemmas and informal reflective practices on the governance of children’s digital footprints. *MedieKultur*. 72, pp. 86-106.
- Cino, D. (2022c). *Sharenting: I dilemmi della condivisione e la costruzione sociale della “buona genitorialità digitale”*. Milano: Franco Angeli.

- Cino, D. (2023). Ambienti digitali e contenuti mediali nella ricerca pedagogica: premesse epistemologiche e spunti metodologici. *Studium Educationis*, XXIV- 1, pp. 96- 104.
- Cino, D. & Dalledonne Vandini, C. (2023). "Why Does a Teacher Feel the Need to Post My Kid?": Parents and Teachers Constructing Morally Acceptable Boundaries of Children's Social Media Presence. *International Journal of Communication*. 14, pp. 1153-1172.
- Cino, D. & Wartella, E. (2021). Privacy-protective behaviors in the mediatized domestic milieu: Parents and the intra- and extra-systemic governance of children's digital traces. *Journal of Theories and Research in Education*. 16(3), pp. 133- 153.
- Cino, D. Demozzi, S. (2017). Figli "in vetrina": Il fenomeno dello sharenting in un'indagine esplorativa. *Rivista Italiana di Educazione Familiare*, 12(2), 153-184. DOI: 10.13128/RIEF-22398.
- Cino, D. et al. (2022). "Why post more pictures if no one is looking at them?" Parents' perception of the Facebook Like in sharenting. *The Communication Review*, 23(2), pp. 122-144. DOI:10.1080/10714421.2020.1797434.
- Ciofalo, G. (2014-2015). Le tre h della comunicazione. Slide Power Point. URL: http://www.pallacordarai.it/materiali/17.35.20_Le%20tre%20h.pdf. Ultimo accesso: 23/07/2023.
- Codeluppi, V. (2007). La vetrinizzazione sociale: il processo di spettacolarizzazione degli individui e della società. s.l.: Bollati Boringhieri.
- Cohen, S. (2002). *Folk Devils and Moral Panics: The creation of the Mods and Rockers*. 3° ed. Routledge.
- Contini, M. & Demozzi, S. (2016). *Corpi bambini: Sprechi di infanzie*. Milano: Franco Angeli.
- Corsaro, W. (2004). *The sociology of childhood*. Pine Forge Pr. (trad. it. a cura di Colombo et al. 2020. Franco Angeli).
- Cosimi, S. & Rossetti, A. (2017). *Nasci, cresci e posta: I social network sono pieni di bambini: chi li protegge?*. Roma: Città nuova.
- Couldry, N. (2012). *Media, Society, World: Social Theory and Digital Media Practice*. Cambridge: Polity Press, Ltd. (trad. it. (a cura di) Magaudda, P. *Sociologia dei nuovi media: Teoria sociale e pratiche mediali digitali*, Pearson, Milano- Torino, 2015).
- Crepax, T. et al. (2022). Information technologies exposing children to privacy risks: domains and children-specific technical control. *Computer Standards & Interfaces*. 82.
- D'Amato, M. (1993). *Infanzia e pregiudizio: I bambini come li vediamo*. Roma: Rai Libri.
- D'Amato, M. (2008). *Per un'idea di bambini*. Roma: Armando.
- D'Amato, M. (2014). *Ci siamo persi i bambini: Perché l'infanzia scompare*. Bari: Laterza.
- Damkjaer, M. S. (2018). 'Sharenting = good parenting?: Four parental approaches to sharenting on Facebook', in G. Mascheroni et al. (eds). *Digital Parenting: The Challenges for Families in the Digital Age*, Göteborg: Nordicom, pp. 209–18.
- Davidson-Wall, N. (2018). "Mum, seriously!": Sharenting the new social trend with no opt-out', *Debating Communities and Social Networks 2018 OUA conference*.
- Davis, M.M. et al. (2015). Parents on Social Media: Likes and Dislikes of Sharenting. *C.S. Mott Children's Hospital. National Poll on Children's Health*. 23(2).
- De Canale, B. (2016). Mondi virtuali e costruzione del sé: esplorazione, relazione, condivisione. *Media Education- Studi, ricerche, buone pratiche. Centro Studi Erickson*. 7 (1), 47-64.
- Demetrio, D. (1995). *Raccontarsi: L'autobiografia come cura di sé*. Milano: Raffaello Cortina.
- Demetrio, D. (1997). *Manuale di educazione degli adulti*. Roma- Bari: Laterza.
- Demetrio, D. (2012). *Educare è narrare: La teoria, le pratiche, la cura*. Milano-Udine: Mimesis.
- Demozzi, S. (2017). La "violenza sottile": Infanzia adultizzata e sfide pedagogiche. *Education Sciences & Society*. 1, pp. 65- 76.
- Demozzi, S. et al. (2019a). I media digitali come strumenti per "esercitare e performare" la genitorialità (parte 1): literature review e presentazione della ricerca. *Rivista Italiana di Educazione Familiare*. 2, pp. 79-92.
- Demozzi, S. et al. (2019b). I media digitali come strumenti per "esercitare e performare" la genitorialità (parte 2): analisi e discussione dei risultati. *Rivista Italiana di Educazione Familiare*. 2, pp. 93-111.

- Deriu, M. & Filomia, M. (2015). Famiglia e nuovi media: I nativi digitali e i loro genitori. [E-reader version]. Estratto da: https://www.amazon.it/Famiglia-media-nativi-digitali-genitori-ebook/dp/B019E60FE6/ref=sr_1_1?_mk_it_IT=ÅMĂŽÕÑ&crd=7FU5LUIAMAJ5&key-words=marco+deriu+famiglia+e+nuovi+media&qid=1690994540&s=digital-text&sprefix=marco+deriu+famiglia+e+nuovi+medi%2Cdigital-text%2C152&sr=1-1.
- Dethloff, N. (2023). Families and New Media. [E-reader version]. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-39664-0>.
- Di Bari, C. (2015). Pudore e pedagogia: dalla scomparsa al ruolo “ecologico” per l’educazione e la formazione. *Studi sulla formazione*. Firenze University Press. 2, pp. 147-172.
- Di Bari, C. (2017). L’infanzia rappresentata dai genitori nei social network: riflessioni pedagogiche sullo sharenting. *Studi sulla Formazione*. Firenze University Press. 20 (2), 257-271. DOI: 10.13128/Studi_Formaz-22184.
- Dobrița, M.C. (2021). Online Education during Pandemic: Sharenting vs. Children’s Right to their Own Image and Education. *Revista Românească pentru Educație Multidimensională*. 13(1). pp. 431-446.
- Dobson, M. (2020). “Sharenting”: The Forgotten Children of the GDPR. *Peace Human Rights Governance*. 4(1), pp. 35-59. DOI: 10.14658/pupj-phrg-2020-1-2.
- Doni, T. (n.d.). Comunicazione digitale e nuovi media: una sfida per l’educazione. *Cinema e Dintorni*. pp. 189- 193.
- Donovan, S. & Jay, J. (2020). “Instagram has well and truly got a hold of me”: Exploring a parent’s representation of her children. *Educational Research*. 30(1), pp. 58-78.
- Drotner, K. (1999). Dangerous Media?: Panic Discourses and Dilemmas of Modernity. *Paedagogica Historica*. 35(3), pp. 593-619.
- Duggan, M. et al. (2015). Parents and Social Media: Mothers are especially likely to give and receive support on social media. *Pew Research Center*.
- Emergenza Infanzia & Telefono Azzurro (n.d.). Abuso sessuale e pedofilia: Storie, contesti e nuove sfide. epistemologiche e spunti metodologici. *Studium Educationis*. XXIV (1), pp. 96-104.
- Er, S. et al. (2021). Parents' shares on Instagram in the early days of the COVID-19 pandemic. *Turkish Journal of Education*. 11(1).
- Eskisu, M. & Kapçı, E.G. (2021). Efficacy of the parenting support program on child behavior problems. *Scandinavian Journal of Psychology*.
- Experiences from Czech Republic and Spain. *Children and Youth Services Review*.
- Fabbri, L. (2008). Il genitore riflessivo. La costruzione narrativa del sapere e delle pratiche genitoriali. *Rivista Italiana di Educazione Familiare*. 1, pp. 45-55.
- Fabris, A. (2019). Etica dei social network: Social Network Ethics. *Media Education- Studi, ricerche, buone pratiche*. 10(2), pp. 151-159.
- Fargion, S. (2021). Representations of parenting and the neo-liberal discourse: parents’ and professionals’ views on child-rearing practices in Italy. *Journal of Families Studies*.
- Ferrara, P. et al. (2023). Online “Sharenting”: The Dangers of Posting Sensitive Information About Children on Social Media. European Pediatric Association. *The Journal of Pediatrics*. 257, pp. 1-3.
- Fini, A. (2008). Comunità e Network di Pratiche. *Provincia Autonomia di Bolzano*. pp. 1-12.
- Flick, U. (2009). An introduction to qualitative research. Fourth edition sage. London.
- Formenti, L. (2008). Genitorialità (in)competente? Una rilettura pedagogica. *Rivista Italiana di Educazione Familiare*. 1, pp. 78-91.
- Formenti, L. (2009). Attraversare la cura: Relazioni, contesti e pratiche della scrittura di sé. Gardolo: Erickson.
- Formenti, L. (2012). Re-inventare la famiglia: Guida teorico-pratica per i professionisti dell’educazione. Milano: Feltrinelli.
- Formenti, L. (2014). Sguardi di famiglia: Tra ricerca pedagogica e pratiche educative. Milano: Guerini.

- Fox, A. K. & Hoy, M. G. (2019). Smart Devices, Smart Decisions? Implications of Parents' Sharenting for Children's Online Privacy: An Investigation of Mothers. *Journal of Public Policy & Marketing*. American Marketing Association. 38(4), pp. 414-432. Doi: 10.1177/0743915619858290.
- Frugiuole Mangiarotti, G. (1990). Dalla scoperta alla scomparsa dell'infanzia. *Vita e Pensiero*. 28(3), pp. 387-398.
- Galimberti, U. (2009). I miti del nostro tempo. Milano: Feltrinelli.
- Garmendia, M. et al. (2022). Sharenting, parental mediation and privacy among Spanish children. *European Journal of Communication*. 37(2), pp. 659-674.
- Giuffrè, R. (2017). Social Education: Vivere senza rischi internet e i social network. Palermo: Dario Flaccovio.
- Gligorijevic, J. (2019). Children's Privacy: The Role of Parental Control and Consent. *Human Rights Law Review*. 19, pp. 201-229.
- Goggin, G. & Ellis, K. (2020). Privacy and Digital Data of Children with Disabilities: Scenes from social media Sharenting. *Media and Communication*. 8(4), pp. 218-228.
- Gopnik, A. (2016). The Gardner and the Carpenter. What the New Science of Child Development Tells Us About the Relationship Between Parents and Children. (trad. it. Essere genitori non è un mestiere: Cosa dice la scienza sulle relazioni tra genitori e figli. Torino. Bollati Boringhieri.
- Goshadze, K. (2020). Legal implication of "sharenting". *International Journal of Law*. 6(2), pp. 19-26. <https://doi.org/10.36475/6.2.3>.
- Greco, P. et al. (2021). Geografie d'infanzia: Molte voci per un unico tempo. Il Bo-Live. Padova University Press.
- Hancock, H. (2021). The impact of the image on personal life: is current law out of focus?. *Journal of Media Law*. 13(1), pp. 54-80.
- Hart Research Associates, (n.d.). Parents, Privacy & Tecnology Use. *Family Online Safety Institute*.
- Haslam, D. & Baker, S. (2017). The Use of social media as a Mechanism of Social Support in Parents. *Journal of Child and Family Studies*.
- Hassan, S. (2022). Examining the Phenomenon of Sharenting. *Canadian Journal of Family and Youth*, 14 (2), pp. 266-271. URL: <http://ejournals.library.ualberta.ca/index/php/cjfy>.
- Hiniker, A., et al. (2016). Not at the dinner table: Parents' and children's perspectives on family technology rules. pp. 1376-1389. DOI: <http://dx.doi.org/10.1145/2818048.2819940>.
- Hladikova, V. & Madlenak, A. (2023). Sharenting on Social Networks as an Ecological Form of Presentation of the Visual Content Exposed to the Influence of Groundswell. *Danube*. 14(2), pp. 89-106.
- Isidori, E. (2020). Quando l'educazione è nella rete: Per una pedagogia del social networking. *MeTis. Mondì Educativi: Temi, indagini, suggestioni*. 10(1), pp. 35-62.
- Iskul, A. M. & Joamets, K. (2021). Child right to privacy and social media: personal information oversharing parents. *Baltic Journal of Law & Politics*. 14(2), pp. 101-122.
- Jorge, A. et al. (2022). 'When you realise your dad is Cristiano Ronaldo': celebrity sharenting and children's digital identities. *Information, Communication & Society*. 25(4), pp. 514-535.
- Jorge, A. et al. (2022). Mummy influencers and professional sharenting. *European Journal of Cultural Studies*. 25(1), pp. 166-182.
- Kallioharju, M. et al. (2023). Mothers' self-representations and representations of childhood on social media. *Emerald Publishing Limited*. 24(4), pp. 485-499. Doi: 10.1108/YC-06-2022-1541.
- Kallioharju, M. et al. (2023). Mothers' self-representations and representations of childhood on social media. *Emerald Publishing Limited*. 24(4), pp. 485- 499.
- Kanizsa, S. & Tramma, S. (2011). Introduzione alla pedagogia e al lavoro educativo. Roma: Carocci.
- Kaur, S. & Kumar, S. (2021). How sharenting drives sherub marketing: insights from an interpretative phenomenological perspective. *Journal of Research in Interactive Marketing*. 15(4), pp. 750-768. Doi:10.1108/JRIM-06-2020-0128.
- Keskin, D. A. et al. (2023). Sharenting Syndrome: An Appropriate Use of Social Media?. *Healthcare*. 11, 1359. <https://doi.org/10.3390/healthcare11101359>.

- Klucarova, S. & Hasford, J. (2021), The oversharenting paradox: when frequent parental sharing negatively
- Kopechy, K. et al. (2020). The phenomenon of sharenting and its risks in the online environment.
- Kumar, P. & Schoenebeck, S. (2015). The Modern Day Book: Enacting Good Mothering and Stewarding Privacy on Facebook. Proceedings of the 18th ACM conference on computer supported cooperative work & social computing. pp.1302–1312. New York, NY: ACM. <https://doi.org/10.1145/2675133.2675149>.
- Lala, L. (2011, 4 giugno). Raccontarsi sul web: il mondo dei diari virtuali. *Giornale del Popolo*.
- Latipah, E. et al. (2020). Elaborating Motive and Psychological Impact of Sharenting in Millennial Parents. *Universal Journal of Educational Research*. 8(10), pp. 4807-4817. Doi: 10.13189/ujer.2020.081052.
- Laursen, B., & Collins, W. A. (2009). Parent-child relationships during adolescence. *Handbook of Adolescent Psychology*, eds R. M. Lerner and L. Steinberg (Hoboken, NJ: Wiley), 3–42.
- Lavorgna, A. & Tartari, M. (2023). La sovraesposizione digitale dei minori: Un approccio multidimensionale al fenomeno dello *sharenting*. Milano: Franco Angeli.
- Lavorgna, A. et al. (2023). Criminogenic and harm- enabling features of social media platforms: The case of sharenting practices. *European Journal of Criminology*. 1(24).
- Lavorgna, A. et al. (2023). Share with care: negotiating children’s health and safety in sharenting practices. *Media, Culture & Society*. pp. 1-18.
- Lazard, L. (2022). Digital mothering: Sharenting, family selfies and online affective- discursive practices. *Feminism & Psychology*. 32(4), pp. 540-558.
- Lazard, L. et al. (2019). Sharenting: Pride, affect, and the day-to-day politics of digital mothering. *Social and Personality Psychology Compass*. 13(49).
- Leaver, T. (2017). Intimate surveillance; Normalizing parental monitoring and mediation of infants online. *Social Media + Society*. 3(2).
- Leaver, T. (2020). Balancing Privacy: Sharenting, intimate surveillance, and the right to be forgotten. *The Routledge Companion to Digital Media and Children*. Londra: Routledge.
- Levy, E. (2017). Parenting in the digital age: how are we doing?. *Parent Zone + CEOP*. URL: https://parentzone.org.uk/sites/default/files/2021-12/PZ_Parenting_in_the_Digital_Age_2017.pdf. Ultimo accesso: 05/09/2023.
- Licursi, Sabina (2016-2017). Socializzazione ed educazione: La nuova sociologia dell’infanzia. Slide Power-Point. URL: <https://scienzepolitiche.unical.it/bacheca/archivio/materiale/542/Socializzazione%20ed%20educazione/la%20nuova%20sociologia%20dell%27infanzia.pdf>. Ultimo accesso: 12/08/2023.
- Lipu, M. & Siibak, A. (2019). “Take it down!”: Estonian parents’ and pre-teens’ opinions and experiences with sharenting. *Media International Australia*. The Author(s). 170(1), pp. 57-67.
- Livingstone, S. et al. (2017). Maximizing Opportunities and Minimizing Risks for Children Online: The Role of Digital Skills in Emerging Strategies of Parental Mediation. *Journal of Communication*. pp. 82-105.
- Livingstone, S. et al. (2018). What do parents think, and do, about their children’s online privacy? Parenting for a Digital Future: Survey Report 3, Report of the LSE Department of Media and Communication, London.
- Livolsi, M. (2000). *Manuale di sociologia della comunicazione*. Roma-Bari: Laterza.
- Livraghi, G. (2001). *L’umanità dell’internet (le vie della rete sono infinite)*. Milano: Hops.
- Lizard, L. (2022). Digital mothering: Sharenting, family selfies and online affective-discursive practices. *Feminism & Psychology*. The Author(s). 32(4), pp. 540-558. Doi: 10.1177/09593535221083840.
- Locke, A. et al. (2022). Digital Families: Gendered relationships in online spaces. *Feminism & Psychology*. 32(3). pp. 310-317.
- Lovink G., 2011, *Networks without a cause*. (trad. it. Ossessioni collettive. Critica dei social media., Milano: Università Bocconi, 2012).
- Lucchi, N. (2010). *I contenuti digitali: tecnologie, diritti e libertà*. Milano: Springer.
- Lupton, D. & Williamson, B. (2017). The datafied child: The dataveillance of children and implications for their rights. *New Media and Society*. 57(49), pp. 69-85.
- Mantovani, G. (2008). *Analisi del discorso e contesto sociale*. Bologna: Il Mulino.

- Marasli, M. et al. (2016). Parents' Shares on Social Networking Sites About their Children: Sharenting. *Anthropologist*. 24(2), pp. 399-406.
- Mascheroni, G. et al. (2017). Digital Parenting: The Challenges for Families in the Digital Age. *The International Clearinghouse on Children, Youth and Media*. Borås: Exacta Print.
- Mascheroni, G. et al. (2023). (Non-) Sharing as a form of Maternal Care? The Ambiguous Meanings of Sharenting for Mothers of 0-to-8-Year-Old Children. *Italian Sociological Review*. 13(1), pp. 111-130.
- McElvaney, R. (2018). Grooming: A Case Study, *Journal of Child Sexual Abuse*. doi: 10.1080/10538712.2018.1554612.
- McTigue, M. (2021). Communication Ethics of "Sharenting" : A Content Analysis of Instagram Mom Meso-Influencers. *Student Research*. 37.
- Miconi, A. (2013). Book Review, Networked: The New Social Operating System. *International Journal of Communication*. 7, pp. 954-959.
- Migliorini, L. & Rania, N. (2008). *Psicologia sociale delle relazioni familiari*. Bari: Laterza.
- Milani, P. (2018). *Educazione e famiglie: ricerche e nuove pratiche per la genitorialità*. Roma: Carocci.
- Mion, R. (2018). Cambiano le relazioni familiari nell'era della comunicazione tecnologica?. *Schedario Rapporti*. pp. 167-180.
- Mittiga, S. (2018). Il valore educativo del digital storytelling. *Media Education*. 9(2), pp. 308-328.
- Moser, C., et al. (2017). Parents' and children's preferences about parents sharing about children on social media. *CHI Conference on Human Factors in Computing Systems* (Denver, CO).
- Nairn, A. & Monkogol, D. (2007). Children and privacy online. *Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice*. Palgrave Macmillan LTD. 8(4), pp. 294-308.
- Neece L, C. et al. (2012). Parenting Stress and Child Behavior Problems: A Transactional Relationship Across Time. *American Journal on Intellectual and Developmental Disabilities*. 117(1), pp. 48-66.
- Novianti, R. et al. (2023). Correspondence: Sharenting: sharing for healing. Can parents do it to gain better mental health?. *Journal of Public Health*.
- Ouvrein, G. & Verswijvel, K. (2019). Sharenting: Parental adoration or public humiliation? A focus group study on adolescents' experiences with sharenting against the background of their own impression management. *Children and Youth Services Review*. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.childyouth.2019.02.011>.
- Ouvrein, G., & Verswijvel, K. (2021). Child Mediation: effective education or conflict stimulation? adolescents' child mediation strategies in the context of sharenting and family conflict. *Journal of e-Learning Knowledge Society* 7(17), pp. 70-79. doi: 10.20368/1971- 8829/1135555.
- Paccagnella, L. (2020). *Sociologia della comunicazione nell'era digitale*. Bologna: Il Mulino.
- Pagnotta F. (2018). *Ecologia della rete: Per una sostenibilità delle relazioni online*. Trento: Erickson.
- Park, G.-A. & Lee Na, O. (2022). The Moderating Effect of Social Support on Parental Stress and Depression in Mothers of Children with Disabilities. *Occupational Therapy International*.
- Parola, A. (2013). I nuovi media e l'educazione alla scelta. *La ricerca*. 2(4), pp. 18- 21.
- Pentecoste, N. (2013). Goffman rewind: La presentazione del self nel quotidiano digitale. *Mediascapes journal*. 2, pp. 106- 118.
- Plunkett, A. L. (2019). *Sharenthood: Why We Should Think before We Talk about Our Kids Online*. Cambridge: MIT Press.
- Porfirio, F. & Jorge, A. (2022). Sharenting of Portuguese Male and Female Celebrities on Instagram. *Journalism and Media*. 3, pp. 521-537.
- Puspita, B. & Edvra, P. A. (2022). The Relationship Between Mother's Safety Competency and The Risk Perception in Sharenting Activities. *Komunikatif*. 11(2), pp. 190-205.
- Putri, N.N. et al. (2021). Construction of "Sharenting" Reality for Mothers Who Shares Children's Photos and Videos on Instagram. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*. 558, pp. 782-788.
- Ranzini, G. et al. (2020). Sharenting, Peer Influence, and Privacy Concerns: A Study on the Instagram- Sharing Behaviors of Parents in the United Kingdom. *Social Media + Society*. pp. 1-13.

- reflective practices on the governance of children's digital footprints. *MedieKultur Journal of media and communication research*. 72, pp. 86-106.
- Rega, R., & Lovari, A. (2019). Ripensare il cyberbullismo tra social media e messaggi d'odio: pratiche, ibridazioni e traiettorie di ricerca. *Media Education*. 10(2), pp. 194-211.
- Riva, C. & Stella, R. (2020). *Sociologia dei media*. Novara: De Agostini.
- Riva, G. (2004). *Psicologia dei nuovi media*. Bologna: Il Mulino.
- Riva, G. (2010). *I social network*. Bologna: Il Mulino.
- Riva, G. (2016). *Selfie: Narcisismo e identità*. [E-reader version]. Estratto da: https://www.amazon.it/Selfie-Narcisismo-identità-Giuseppe-Riva-ebook/dp/B01M1OWWE5/ref=sr_1_1?crd=1OBGDZC63Z620&keywords=selfie+narcisismo+e+identità&qid=1690994653&s=digital-text&prefix=selfie+narci%2Cdigital-text%2C177&sr=1-1.
- Rivoltella, P. C. (2017). *Media Education: Idea, metodo, ricerca*. Brescia: Morcelliana.
- Rodotà, S. (1995). *Tecnologie e diritti*. Bologna: Il Mulino.
- Rodotà, S. (2012). *Il diritto di avere diritti*. s.l.: Laterza.
- Romaioli, D. (2017). Il sapere terapeutico nella vita quotidiana: Uno studio sulle rappresentazioni sociali del cambiamento in contesti professionali e informali. *Scienze dell'interazione*. 1(2), pp. 101-117.
- Romanazzi, G. & Farina, T. (2020). Performatività ed erotizzazione dell'infanzia nei media. *MeTis. Mondi Educativi: Temi, indagini, suggestioni*. 10(1), pp. 313-329.
- Romeo, A. (2011). *Società, relazioni e nuove tecnologie*. [E-reader version]. Estratto da: https://www.amazon.it/Società-relazioni-nuove-tecnologie-Sociologia-ebook/dp/B007EQXX3E/ref=sr_1_5?_mk_it_IT=ÂMAŽŃ&crd=2QEAMX4T0267Q&keywords=angelo+romeo&qid=1690994399&s=digital-text&prefix=angelo+romeo+%2Cdigital-text%2C170&sr=1-5.
- Romero Rodriguez, J.M. et al. (2022). Sharing images or videos of minors online: Validation of the Sharenting Evaluation Scale (SES). *Child and Youth Services Review*. 136, pp. 1-7.
- Ross Blum, A. & Lingstone, S. (2017). "Sharenting," parent blogging, and the boundaries of the digital self. *Popular Communication*, 15 (2), pp. 110-125.
- Rossetti, A. (2023). *La vita dei bambini negli ambienti digitali*. [E-reader version]. Estratto da: https://www.amazon.it/vita-bambini-negli-ambienti-digitali-ebook/dp/B0BSMB8S1Y/ref=tmm_kin_swatch_0?encoding=UTF8&qid=&sr=.
- Rossi, V. (2007). *Filosofare nella scuola dell'infanzia*. Editrice La Scuola. 6(10).
- Sarkadi, A., et al. (2020). Children want parents to ask for permission before 'sharenting'. *Journal of Paediatrics and Child Health*. 56, pp.981-983. doi: 10.1111/jpc.14945.
- Satta, C. et al. (2020). *Sociologia della vita familiare: Soggetti, contesti e nuove prospettive*. Roma: Carocci Editore.
- Scabini, E. & Rossi, G. (2013). *Famiglia e nuovi media*. [E-reader version]. Estratto da: https://www.amazon.it/Famiglia-nuovi-media-interdisciplinari-famiglia-ebook/dp/B00FWO9ZCS/ref=tmm_kin_swatch_0?encoding=UTF8&qid=&sr=.
- Schönberger, V. M. (2009). *Delete: The Virtue of Forgetting in the Digital Age* Paperback. (trad. it. *Il diritto all'oblio nell'era del digitale*. 3° ed. Milano: EGEA. 2016).
- Siibak, A. (2019). The dark sides of sharenting. *Catalan Journal of Communication and Cultural Studies*. 11(1), pp. 115-121.
- Siibak, A. & Traks, K. (2019). The dark sides on sharenting. *Catalan Journal of Communication & Cultural Studies*. 11(1), pp. 115-121.
- Sità, C. (2017). La genitorialità intensiva e le sue implicazioni per la relazione tra genitori e professionisti. *Consultori Familiari Oggi*. 25 (2), 45-55. URL: <https://consultorifamiliarioggi.it/wp-content/uploads/2019/05/CfO-2-2017-Sità.pdf>.
- Smahel, D., et al., (2020). *Eu Kids Online 2020: survey results from 19 countries*. *London School of Economics and Political Science*. Disponibile al link: <https://www.eukidsonline.ch/files/Eu-kids-online-2020-international-report.pdf>.

- Sperati, A. et al. (2021). L'impatto dello stress genitoriale sulla regolazione delle emozioni in bambini in età scolare: il ruolo moderatore dell'Environmental Sensitivity. *Dipartimento di Neuroscienze, Imaging e Scienze Cliniche*. Università G. D'Annunzio. Chieti- Pescara.
- Staes, L. et al. (2023). Grandsharenting: How grandparents in Belgium negotiate the sharing of personal information related to their grandchildren and engage in privacy management strategies on facebook. *Journal of Children and Media*.
- Steinberg, S. (2017). Sharenting: Children's privacy in the age of social media. *Emory Law Journal*. 66(839), pp. 839-884.
- Stella, R. et al. (2018). *Sociologia dei new media*. 2° ed. Novara: De Agostini.
- Stramaglia, M. (2016). *Pop Education: Chiaroscuri pedagogici nella cultura di massa*. Lecce: Pensa Multimedia. pp. 43-56.
- Stratman, A. (2023). Sharenting and Exploitation: A Qualitative Content Analysis of Public Reactions to the Wren Eleanor Situation. *Canadian Journal of Family and Youth*. 15 (2), pp. 170-178.
- Teng, C.T.Y. & Dhanapal, S. (2022). The trend of sharenting among Malaysian parents: a preliminary study of intention and motivation. *International Journal of Public Health Science (IJPHS)*. 11(4), pp. 1482~1492.
- Thornham, H. (2019). Algorithmic vulnerabilities and the datalogical: Early motherhood and tracking-as-care regimes. *Convergence*, 25(2), 171-185. Doi: <https://doi.org/10.1177/1354856519835772>.
- Trincherò, R. (2002). *Manuale di ricerca educativa*. Milano: Franco Angeli.
- Titus, S. (1976). Family Photographs and Transition to Parenthood. *Journal of Marriage and Family*. pp. 525-531.
- Udenze, S. (2020). Sharenting in Digital Age: A Netnographic Investigation. *International Journal of Darshan Institute on Engineering Research and emerging Technologies*. 9(1), pp. 29- 34.
- Ugenti, E. (n.d.). *La pratica fotografica occasionale: dalla dimensione familiare alla condivisione pubblica*. Università Roma Tre. s.l. 217-226.
- Van Den Abeele, E. et al. (2023). Child's privacy versus mother's fame: unravelling the biased decision-making process of momfluencers to portray their children online. *Information, Communication & Society*.
- Van Kessel, P. et al. (2019). A week in the life of popular Youtube channels: An analysis of every video posted by high-subscribers channels in the first week of 2019 finds that children's content-as well as content featuring children-received more views than other videos. *Pew Research Center*.
- Verswijvel, K. et al. (2019). Sharenting, is it a good or a bad thing? Understanding how adolescents think and feel about sharenting on social network sites. *Children and Youth Services Review*. URL: <https://doi.org/10.1016/j.chilyouth.2019.104401>.
- Volpato, S. (2016). Il fenomeno dello sharenting nel nuovo paradigma dei rapporti genitoriali. *Anales de la Facultad de Derecho*. 33, pp. 81-98.
- Walrave, M. et al. (2022). The Limits of sharenting: Exploring Parents' and Adolescents' Sharenting Boundaries Through the Lens of Communication Privacy Management Theory. *Frontiers in Education*. 7.
- Walrave, M. et al. (2023). Mindful sharenting: how millennial parents balance between sharing and protecting. *Frontiers in Psychology*. pp. 1-13.
- Walsh P, J. (2020). Social media and moral panics: Assessing the effects of technological change on societal reaction. *International Journal of Cultural Studies*. 23 (6), 840-859.
- Walsh, L. (2019). Whose risk and wellbeing?: Three perspectives of online privacy in relation to children and young people's wellbeing. *Media International Australia*. 170 (1), pp. 90-99.
- Wardhani, P., & Sekarasih, L. (2021). Parental Decisions on Sharing Their Children's Private Information on Social Media among Families in Jakarta Area. *Makara Human Behavior Studies in Asia*. 25(2), pp.127-136.
- Wenger, E. (1999). *Communities of Practice: Learning, Meaning, and Identity*. Cambridge University Press.
- Whiting, A. & Williams, D. (2013). Why people use social media: a uses and gratifications approach. *Qualitative Market Research: An International Journal*. 16(4), pp. 362- 369.
- Ziccardi, G. (2016). *L'odio Online*. Raffaello Cortina Editore. pp. 69-86; 181-245.

SITOGRAFIA

- Acocella, I. (n.d.). L'uso dei focus groups nella ricerca sociale: vantaggi e svantaggi. *Open Edition Journals*. URL: <https://journals.openedition.org/qds/1077>. Ultimo accesso: 24/09/2023.
- Adecco, (2019). Work Trends Study: Il mondo del lavoro tra social recruiting e personal branding. URL: <https://www.adecco.it/come-trovare-lavoro/work-trends-study-2019>. Ultimo accesso: 10/08/2023.
- Ball, M. R. (2016, 1 settembre). 'Homo sapiens is an obsolete algorithm': Yuval Noah Harari on how data could eat the world. *Wired*. URL: <https://www.wired.co.uk/article/yuval-noah-harari-dataism>.
- Belloni, C. (2015, 6 ottobre). Famiglia, bambini, genitori: Qualche riflessione sociologica. Slides dell'incontro "Sintonie" tenuto presso l'Università di Torino- CIRSEDE. URL: <https://www.facchini.org/wp/wp-content/uploads/2015/10/96-bis-Carmen-Belloni-SLIDES-Come-si-è-evoluta-e-come-si-evolverà-la-famiglia-SINTONIE-CAMMINO-TORINO-06.10.2015.pdf>. Ultimo accesso: 28/09/2023.
- Boccaletto, F. (2023, 8 maggio). Sharenting, quando i figli diventano influencer. *Il Bo-Live*. Università di Padova. URL: <https://ilbolive.unipd.it/it/news/sharenting-quando-figli-diventano-influencer>. Ultimo accesso: 28/09/2023.
- Boccaletto, F. (2023, 8 maggio). Sharenting, quando i figli diventano influencer. *Il Bo-Live Università di Padova*. URL: <https://ilbolive.unipd.it/it/news/sharenting-quando-figli-diventano-influencer>. Ultimo accesso: 04/11/2023.
- Bonanomi, G. (2021, 1° febbraio). Privacy, i rischi dello "sharenting": perché non devi postare foto dei figli sui social. *Agenda Digitale*. URL: <https://www.agendadigitale.eu/sicurezza/privacy/privacy-i-rischi-dello-sharenting-perche-non-devi-postare-foto-dei-figli-sui-social/>. Ultimo accesso: 26/09/2023.
- Cantarella, C. (2018 31 ottobre). L'analisi Interpretativa Fenomenologica: un metodo d'indagine sull'esperienza. *Psicologia Fenomenologica*. URL: <https://www.psicologiafenomenologica.it/analisi-interpretativa-fenomenologica/>. Ultimo accesso: 24/09/2023.
- Caprodossi, A. (2023, 8 marzo). Allarme sharenting, l'autogol dei genitori che pubblicano le foto dei figli. *Panorama*. URL: <https://www.panorama.it/sharenting-genitori-pubblicano-foto-figli>. Ultimo accesso: 05/09/2023.
- Colletti, G. (2023, 9 febbraio). Tribù, interazione, co-creazione: come cambiano i social network. *Il Sole 24 ore*. URL: https://www.ilsole24ore.com/art/tribu-interazione-co-creazione-come-cambiano-social-network-AEde08iC?refresh_ce=1. Ultimo accesso. 28/07/2023.
- Contini, M. & Demozzi, S. (2016). Corpi bambini: Sprechi di infanzie. URL: <https://corpibambini.wordpress.com/>. Ultimo accesso: 12/08/2023.
- Corrado, M., (n.d.). Il web 2.0. *La storia di internet*. URL: <https://storiadiinternet.wordpress.com/il-web-2-0/>; <https://storiadiinternet.wordpress.com/il-web-2-0/i-social-media/>. Ultimo accesso: 16/07/2023.
- Cosimi, S. (2015, 8 aprile). Sharenting, basta foto dei bambini su Facebook. *Wired*. URL: <https://www.wired.it/attualita/tech/2015/04/08/sharenting-basta-foto-dei-bambini-facebook/>. Ultimo accesso: 05/09/2023.
- Coughlan, S. (2018). Sharenting puts young at risk of online fraud. *BBC News*. URL: <https://www.bbc.com/news/education-44153754>.
- Fallani, A. (n.d.). Il dilemma dello sharenting. *Siamo mine*. URL: <https://www.siamomine.com/il-dilemma-dello-sharenting/>. Ultimo accesso: 29/09/2023.
- Google. (n.d.). Panoramica sul diritto all'oblio. URL: <https://support.google.com/legal/answer/10769224?hl=it>. Ultimo accesso: 12/08/2023.
- <https://www.agensir.it/italia/2018/01/25/genitori-e-figli-comunicano-con-whatsapp-e-utilizzano-i-social-come-cambia-la-famiglia-nellera-delle-reti-digitali/>. Ultimo accesso: 01/08/2023.
- <https://www.w3.org/2012/05/rainie-transcript-20120524.html>. Ultimo accesso: 01/08/2023.

Huffington Post. (2013, 8 novembre). Angry Mom Uncovers 'Toddler Bashing' Facebook Group That Makes Fun Of 'Ugly' Babies: Facebook Group Bashing 'Ugly' Babies Sparks Outrage. *Huffington Post*. URL: https://www.huffpost.com/entry/toddler-bashing-facebook-group-ugly-babies_n_4241706. Ultimo accesso: 12/08/2023.

L'Eurispres. (2021, 10 settembre). Baby influencer, le piccole star del Web sono i nuovi fenomeni. *L'Eurispres*. URL: <https://www.leurispres.it/baby-influencer-le-piccole-star-del-web-sono-i-nuovi-fenomeni/>. Ultimo accesso: 12/08/2023.

LaFrance, A. (2016, 21 ottobre). La privacy dei bambini nell'era di Facebook. *Internazionale*. Traduzione di Giusy Muzzopappa. URL: <https://www.internazionale.it/notizie/adrienne-lafrance/2016/10/21/privacy-bambini-foto-facebook>. Ultimo accesso: 05/09/2023.

Linkiesta, (2012, 11 giugno). Individualismo di rete, sembra un paradosso ma non lo è. *Linkiesta*. URL: <https://www.linkiesta.it/blog/2012/06/individualismo-di-rete-sembra-un-paradosso-ma-non-lo-e/>. Ultimo accesso: 01/08/2023.

Massa, C. (2022, 31 dicembre). Goffman, la comunicazione umana e i social media. *Giov@ni Reporter*. URL: <https://www.giovanireporter.org/2022/12/31/goffman-comunicazione-umana-social-media/>. Ultimo accesso: 01/08/2023.

Mauri, I. (2016, 3 febbraio). «I social network sono una trappola», parola di Bauman. *Magzine*. URL: <https://www.magzine.it/i-social-media-sono-una-trappola-parola-di-zygmunt-bauman/>. Ultimo accesso: 15/07/2023.

Miceli, R. (2010, 16 febbraio). La vita sociale come rappresentazione. *La stampa*. URL: <https://www.la-stampa.it/scienza/2010/02/16/news/la-vita-sociale-br-come-rappresentazione-1.37024503/#>. Ultimo accesso: 27/07/2023.

Miconi, A. (2013). International Journal of communication (7): Book review. *International Journal of communication*. URL: <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/viewFile/2114/895>. Ultimo accesso: 01/08/2023.

Miglietta, L. (2019, 5 gennaio). La sindrome di Truman, un termine coniato dopo il film. *Non son solo film*. URL: <https://www.nonsonosolofilm.it/la-sindrome-di-truman/>. Ultimo accesso: 12/08/2023.

Nedelmann, B. (n.d.). Interazione sociale in “Enciclopedia delle scienze sociali”, *Treccani, il portale del sapere*. URL: https://www.treccani.it/enciclopedia/interazione-sociale_%28Enciclopedia-delle-scienze-sociali%29/. Ultimo accesso: 26/07/2023.

P&Co., (n.d.). Remix culture, le molte vite dei contenuti online – Pezzilli & Company. *Pezzilli & Company*. URL: <https://pezzilli.com/remix-culture-le-molte-vite-dei-contenuti-online/>. Ultimo accesso: 22/07/2023.

Pacitto, H. (2023, 31 agosto). Egg Crack Challenge, la moda americana che spopola anche tra le famiglie italiane. *Huffington Post*. URL: https://www.huffingtonpost.it/blog/2023/08/31/news/egg_crack_challenge_13247692/. Ultimo accesso: 05/09/2023.

Parole Ostili, (n.d.). Il manifesto della comunicazione non ostile. *Parole Ostili*. URL: <https://paroleostili.it/manifesto/>. Ultimo accesso: 23/07/2023.

Passantino, F. (2018, 25 gennaio). Genitori e figli su WhatsApp: come cambia la comunicazione in famiglia nell'era delle reti digitali. *Servizio Informazione Religiosa (SIR)*. URL: <https://www.servizioreligiosi.it/2018/01/25/genitori-e-figli-su-whatsapp-come-cambia-la-comunicazione-in-famiglia-nell-era-delle-reti-digitali/>.

Piantoni, S. (2021, 17 maggio). L'era delle “social baby star”: quanti danni alla psiche dei bambini. *Agenda digitale*. URL: <https://www.agendadigitale.eu/cultura-digitale/social-baby-star-come-funziona-e-quali-effetti-provoca-sui-bambini/>. Ultimo accesso: 12/08/2023.

Rainie, L. (2012, 24 maggio). Interview of Lee Rainie. [intervista di Ian Jacobs]. *W3C*. URL: <https://www.w3.org/2012/05/24/interview-lee-rainie/>.

Romania, V. (2023, 27 settembre). Sharenting e crisi della genitorialità. *Huffington Post*. URL: https://www.huffingtonpost.it/blog/2023/09/27/news/sharenting_e_crisi_della_genitorialita-13452493/?ref=HHTTP-BS-I13447286-P9-S6-T1. Ultimo accesso: 29/09/2023.

Roncione, I. (2023, 9 marzo). Psicologi sullo sharenting e lo smartphone che si frappone come terzo tra genitore e bambino. *Giornalettismo*. URL: <https://www.giornalettismo.com/psicologi-sullo-sharenting-conseguenze-genitori/>. Ultimo accesso: 12/08/2023.

Saner, E. (2018). The 'sharent' trap- should you ever put your children on social media?. *The Guardian*. URL: <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2018/may/24/sharent-trap-should-parents-put-their-children-on-social-media-instagram>.

The New York Times Costumer Insight Group. (n.d.). The psychology of sharing: why do people share online?. *The New York Times*. URL: <https://foundationinc.co/wp-content/uploads/2018/12/NYT-Psychology-Of-Sharing.pdf>. Ultimo accesso: 27/07/2023.

Treccani: il portale del sapere, (2013). Networking individualism. *Treccani: il portale del sapere*. URL: https://www.treccani.it/enciclopedia/networking-individualism_%28Lessico-del-XXI-Secolo%29/. Ultimo accesso: 01/08/2023.

Treccani: il portale del sapere, (n.d.). Cultura convergente in "Lessico del XXI Secolo". *Treccani: il portale del sapere*. URL: [https://www.treccani.it/enciclopedia/cultura-convergente_%28Lessico-del-XXI-Secolo%29/#:~:text=f.,Convergence%20culture%20\(2006%3B%20trad..](https://www.treccani.it/enciclopedia/cultura-convergente_%28Lessico-del-XXI-Secolo%29/#:~:text=f.,Convergence%20culture%20(2006%3B%20trad..) Ultimo accesso: 18/07/2023.

Trifari, A. (2023, 31 gennaio). Sharenting: I bambini online e l'effetto Truman Show. *Mar dei Sargassi*. URL: <https://www.mardeisargassi.it/sharenting-i-bambini-online-e-leffetto-truman-show/>. Ultimo accesso: 12/08/2023.

Unicef. (n.d.). Convenzione sui diritti dell'infanzia. *Unicef*. URL: <https://www.unicef.it/convenzione-diritti-infanzia/>. Ultimo accesso:12/08/2023.

We are social & Meltwater, (n.d.). Digital 2023- We are social Italy. *We are social Italy*. URL: <https://wearesocial.com/it/blog/2023/01/digital-2023/>. Ultimo accesso: 07/07/2023.

APPENDICE



Figura 1: Foto pubblicata da Aurora Ramazzotti su Instagram in data 30/03/2023



Figura 2: Foto pubblicata su Instagram da Alexander Ludwig (attore) in data: 30/03/2023



Figura 3: foto pubblicata su Instagram da Chiara Ferragni (influencer) in data 01/02/2023



Figura 4: Foto pubblicata su Instagram da Chiara Ferragni in data: 03/02/2023



Figura 5: foto pubblicata su Instagram da Chiara Ferragni



Figura 6: foto pubblicata su Instagram da una mamma

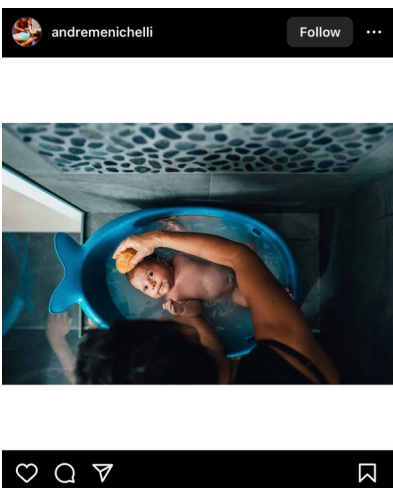


Figura 7: foto pubblicata su Instagram da un papà di professione fotografo in data: 30/09/2021



Figura 8: foto pubblicata su Instagram da una mamma blogger in data 16/03/2023



Figura 9: foto pubblicata da un genitore della figlia modella in data 25/03/2023



Figura 10: foto pubblicata su Instagram da una mamma in data 25/03/2023



Figura 11: foto pubblicata da una mamma su Instagram in data: 15/03/2023



Figura 12: foto pubblicata su Instagram da una mamma e da una casa editrice in data 24/06/2023



Figura 13: foto pubblicata su Instagram da una mamma in data: 11/01/2023

VIDEO (disponibile al link <https://www.youtube.com/embed/b1O33UF1BnI?feature=oembed>) pubblicato dai genitori Fedez e Chiara Ferragni sui social media