

# Sex and the net, atto secondo: solo la finanza ha il potere di censurare



di **Andrea Granelli**

**L**a vacatio sui meccanismi di censura di cui parlavamo nell'articolo Sex and the net, sta cambiando il concetto stesso di censura, il che non vuol dire naturalmente assenza di censura, ma una volatilità estrema sia nella definizione di cosa censurare, sia sui meccanismi da adottare che bilancino costi ed efficacia e sia sugli attori titolati a farlo.

Prendiamo ad esempio il caso di Onlyfans: è un famosissimo sito di intrattenimento – o secondo la sua stessa definizione the #1 Top Content Creator – ed è per molti il sito dove si possono trovare contenuti sessuali prodotti da una pleora di figure: pornstar che hanno trovato un altro canale per monetizzare le proprie performance, attrici esordienti che si vogliono reclamizzare, o influencer che voglio aumentare la complicità con i propri fan. Una grande furbizia di marketing del sito è stata chiamare i propri clienti fan, anzi fanbase. Come se il manifestare la preferenza per alcuni performer rispetto all'offerta complessiva ne cambiasse lo stato, creando una sorta di legame emotivo a cui tutto è permesso senza però subire l'accusa di mercimonio. Tecnicamente Onlyfans assomiglia a una piattaforma social, ma ogni profilo è contemporaneamente un profilo social e anche uno spazio di eCommerce – e questa è la seconda furbizia di marketing – da dove è possibile vendere una serie di prodotti tra cui foto, filmati o video incontri live.

Ciò che interessa per la nostra riflessione è che il sito ha annunciato ad agosto che da ottobre avrebbe vietato la pubblicazione sulla piattaforma di contenuti che contengano “qualsiasi tipo di condotta sessualmente esplicita”. È ovviamente legittimo che un'azienda decida in modo unilaterale di cambiare drasticamente una policy. Ma nel mondo dei social dove i contenuti sono gli utenti stessi, le aziende assomigliano più a una cooperativa di produttori che non a un'azienda controllata da azionisti.

Uno dei motori che governano l'industria dei media venne intuito e reso memorabile da McLuhan. Spesso ci si ricorda dell'espressione “The medium is the message”, ma la frase si completava con una seconda affermazione: “... and the user is the content”.

E quindi, come era prevedibile, a settembre il sito ribattezzato come il luogo del “porno homemade” fa marcia indietro. Fenix International Limited, società che controlla Onlyfans, comunica infatti di aver sospeso il piano previsto per vietare contenuti sessualmente espliciti dopo la protesta diffusa di moltissimi “lavo-

ratori del sesso” che pubblicavano i propri “contenuti” su questo sito. Oltre a queste dinamiche ne stanno però emergendo altre che ci suggeriscono di incominciare a parlare di ecosistema digitale della regolazione dei contenuti. Ecosistema inteso nel suo senso letterale e fondativo – che come noto viene dal mondo biologico: un sistema non controllabile (non c'è una autorità che lo guida), non prevedibile analiticamente e soprattutto non spiegabile in termini di causa/effetto.

Una prima avvisaglia era venuta da una proposta – a suo modo clamorosa e provocatoria – fatta a Onlyfans da Dfinity – società che opera nel mondo dei pagamenti (in particolare nella blockchain) – prima della marcia indietro della società. Il suo fondatore Dominic Williams ha infatti proposto alla società di trasformarsi in una realtà decentralizzata tramite blockchain e uscire in questo modo da ogni possibile vincolo di tipo censorio.

Ma la recente azione di Mastercard, uno dei giganti dei sistemi di pagamento e delle carte di credito, dà una nuova luce alla domanda sempre valida “Who should police the internet?”, e citiamo a proposito il titolo che l'Economist ha utilizzato per scrivere sull'argomento. Dal 15 ottobre, infatti, in tutto il mondo i siti web con contenuti pornografici devono verificare l'età e l'identità di chiunque appaia in una foto o in un video, così come l'identità della persona che lo pubblica sul sito.

La finanza diventa il regolatore di fatto, impedendo di usare i suoi sistemi di pagamento se si sta fuori dalle regole censorie da lei definite. Ciò forza anche un ruolo attivo delle piattaforme di pubblicazione, con una gestione tempestiva dei reclami e la conseguente necessità di rivedere tutti i contenuti prima della pubblicazione. Ovviamente non è un'imposizione: le piattaforme possono sempre decidere di non lavorare con Mastercard, ma poiché l'azienda gestisce circa il 30% di tutti i pagamenti con carta effettuati fuori dalla Cina, farlo sarebbe particolarmente oneroso. Anche Visa, che gestisce un altro 60% dei pagamenti, sta valutando una misura analoga. E pure il mondo del gioco d'azzardo incomincia a richiamare attenzione.

Queste azioni del sistema dei pagamenti non sono unilaterali, ma nascono anche per gestire la pressione di gruppi organizzati. Ad esempio trentaquattro donne stanno facendo causa a Visa insieme ai proprietari di Pornhub, un sito per adulti, sostenendo che abbia ospitato filmati pornografici senza il loro consenso.

D'altra parte, come ha osservato Laila Mickelwait del Justice Defence Fund, i siti di porno illegale “si preoccupano molto di più delle loro finanze che della legge”.