

---

## **Incidente Casal Palocco: Zema (Romasette.it), “vertigine della velocità e del denaro facile, libertà non è più responsabilità”**

“La tragedia di Casal Palocco – con la morte di un bambino di 5 anni e lo schianto di alcuni ventenni impegnati in una sfida estrema a bordo di un Suv – non può non interrogarci. Risalta in questa vicenda la vertigine della velocità e del denaro e di un consenso ottenuto con dei clic. Quella vertigine che fa astrarre dalla realtà chi si rende protagonista di sfide estreme con l’assillo del consenso facile e la ricerca di guadagni altrettanto facili”. Lo scrive Angelo Zema, direttore responsabile di Romasette.it, sulla tragedia di Casal Palocco, a Roma, dove un gruppo di YouTuber, TheBorderline, alla guida di un Suv ha ucciso un bambino di 5 anni. “L’incidente porta alla luce nel modo più tragico il fenomeno delle sfide degli youtuber, non tutte così estreme come quella di rimanere su una Lamborghini per 50 ore consecutive ma sempre più indicative della deriva che un certo utilizzo dei social e del digitale sta avendo”. “C’è qualcosa di ‘malato’, evidentemente, se al primo posto c’è un like come obiettivo fino alla prossima sfida, in un turbinio di emozioni che non lascia fiato e testa per ragionare su che vita sia. In fondo questo clima è nell’aria che si respira, dove abita e si agita il distorto desiderio di chi cerca il superamento del limite e riceve consensi per tale ‘scelta”. Ciò che è accaduto spinge in primo luogo a riflettere su quanto ormai, in molti casi, “non si pensi più alle conseguenze delle proprie azioni, immersi totalmente nel sentire di questo tempo in cui libertà spesso non si coniuga più con responsabilità”, con l’effetto che “tante scelte non meditate si infrangono altrettanto spesso sulle vite altrui inermi e mettono a rischio la propria vita in nome di una falsa idea di libertà”. Piuttosto “armonizzare libertà e responsabilità e porta a capire che l’altro, anche fosse estraneo, ci appartiene”. Secondo Zema, in questo contesto “ad essere malata è anche la relazione con l’altro, se incasellata nei numeri dei like e dei follower e delle remunerazioni da pubblicità”. “Il denaro, il successo, la fama divengono criterio supremo, sul grande oceano digitale di YouTube animato soprattutto dai giovani, dove appare tutto e il contrario di tutto. Con il sostegno concreto di inserzionisti e sponsor che premiano ciò che attira di più l’attenzione”.

Filippo Passantino