Seppukoo @ Torino SHARE Festival '09

«The injunction everywhere to "be someone" maintains the pathological state that makes this society necessary»
The invisible Committee

«This is the end. My only friend, the end»
Jim Morrison - a seppukoo's testimonial

«Virtual life» is an - often - abused term used to describe the whole of one person online activities. But if media communications let our second/online/offline lives overflowing into real ones - and vice-versa - the distinctions between the real and the virtual become more and more confused in the era of global social networking technologies.
Beyond the optimistic rhetoric of expanded friendship networks, a fact remains: that our privacy, our profiles, our identities, our relationships, they are all - fake and/or real - entirely exploited for a sole purpose: to be sold as a product.
So the question is: are those lives really worth to be experienced?

Seppukoo.com: assisting your virtual suicide
Seppukoo.com is a brand new social meta-platform based on the most popular - and pervasive - social networking website: facebook. As the typical 2.0 name suggests, seppukoo refers to the ancient form of Japanese ritual suicide, the "seppuku". Dressed with a fancy and trendy 2.0 web style, the platform allows all facebook users to "perform one of the coolest act of their social networking life, a really true radical chic experience: the seppukoo!".

How it works
Seppukoo acts as a conceptual virus. It doesn't spread over phisical net connections but it works and replicates itself with viral communication strategies.
For each user committing suicide, a promotional/commemorative message will be sent to all friends and contacts, so that many other users can easily join the suicidal network: the self-destructive aproach to viral communication is the attempt to infect one of the most popular social network not through its server-based body but through its most important resource: the user and his/her community, a social body without a body.
As viral marketing strategies have been exploited by corporate media to make profit connecting people all over the world, Seppukoo wants to subvert this mechanism in order to rethink the idea of social network, answering the rethoric question: "what happens to a user when its profile, account or avatar commits suicide?"

All Souls' Day launch @Piemonte Share Festival
Seppukoo.com will be launched on November 2nd, 23:59:59 opening the exhibition with the performative suicide of fifteen Seppukoo Testimonials, fifteen fictitious facebook accounts like Guy Debord, Jim Morrison Vladimir Majakovskij who died in "real" life committing suicide.
During the exhibition days people may watch the dynamic effects on the Facebook population and experience the first person virtual suicide using the Seppukoo Suicide Point set up into the Festival.

--- ITA

«The injunction everywhere to "be someone" maintains the pathological state that makes this society necessary»
The invisible Committee

«This is the end. My only friend, the end»
Jim Morrison - a seppukoo's testimonial

«Vita virtuale» è un termine spesso abusato per descrivere l'insieme di tutte le attività online di un individuo. Quando però l'insieme frastagliato delle nostre esistenze online deborda nella vita reale - e viceversa - appare evidente che la distinzione tra reale e virtuale, in un'era dominata oramai dalle tecnologie di networking sociale, diventa sempre più confusa.
Al di là della retorica ottimistica sull'estensione della rete di amicizie, un fatto rimane: che la nostra vita privata, i nostri profili, le nostre identità, le nostre relazioni vengano - per reali o false che siano - sfruttate con un'unica finalità: essere vendute come un prodotto.
A questo punto la domanda è: queste vite sono davvero degne di essere vissute?

Seppukoo.com: assistiamo il vostro suicidio virtuale
Seppukoo è la nuova meta-piattaforma sociale basata su Facebook e, come suggerisce il suo nome tipicamente 2.0, rimanda a un'antica forma di suicidio rituale giapponese, il "seppuku".
Nella sua veste di servizio web trendy, la piattaforma permette a tutti gli utenti Facebook di operare "l'azione più cool della loro vita connessa, un'esperienza davvero radical chic: il seppukoo!".

Come funziona
Seppukoo agisce concettualmente come un virus. Non si trasmette fisicamente attraverso le connessioni di rete ma si moltiplica attraverso l'uso di strategie di comunicazione virale.
Per ogni utente che commette il suicidio, un messaggio promozional-commemorativo viene inviato a tutti gli amici e contatti, in modo che questi stessi possano a loro volta entrare nel network suicida: l'approccio autodistruttivo alla comunicazione virale è alla base dell'intenzione di infettare uno dei più popolari Social Network non tanto dal punto di vista del suo corpo fisico basato sulla parte software, quanto attraverso la sua più importante risorsa: l'utente e la sua stessa comunità, un corpo sociale senza un vero e proprio corpo.
Così come le strategie di marketing virale sono state sfruttate dalle industrie dei media per creare profitto connettendo persone di tutto il mondo, Seppukoo vuole sovvertire questo meccanismo al fine di ripensare l'idea stessa di social network, rispondendo alla domanda retorica: "che cosa succede a un utente quando il suo profilo, account o avatar si suicida?"

Il lancio del Giorno Dei Morti @Piemonte Share Festival
Seppukoo verrà lanciato il 2 Novembre alle 23:59:59, all'apertura della mostra.
Ogni giorno dell'esposizione sarà dedicato a un testimonial di Seppukoo, account fittizi che portano nomi popolari come Guy Debord, Jim Morrison o Vladimir Majakovskij e altri personaggi morti realmente per suicidio.
Sarà possibile vedere in diretta presso la mostra gli effetti dell'ondata suicida sulla popolazione di Facebook e provare in prima personail suicidio virtuale utilizzando l'apposito Seppukoo Suicide Point allestito all'interno del Festival.

Credits
*> Seppukoo.com is a project by the imaginary art-group **Les Liens Invisibles**.*
*> Brand Design + Web Design by **parcodiyellowstone** (www.parcodiyellowstone.it)*