



UNIVERSITÀ  
DEGLI STUDI  
DI PADOVA

## Università degli Studi di Padova

Dipartimento di Studi Linguistici e Letterari

Corso di Laurea Magistrale in  
Filologia Moderna  
Classe LM-14

Tesi di Laurea

*Saper vivere*  
*Individuo e individuazione nel linguaggio dei new media*

Relatore  
Prof. Adone Brandalise

Laureando  
Daniel Dovico  
n° matr. 1179701 / LMFIM

Anno Accademico 2021 / 2022



# Indice

|   |     |
|---|-----|
| <b>Introduzione</b>   | 1   |
| <b>1. Alcuni cenni storici</b>                                    | 3   |
| <b>2. L'economia del web oligopolistico</b>                       | 15  |
| <b>3. Effetti sociali e culturali dell'infomediazione</b>         | 29  |
| <b>4. Internet e costrutti identitari</b>                         | 41  |
| <b>5. Socialità virtuale e relazioni</b>                          | 49  |
| 5.1 La comunicazione mediata elettronicamente                     | 50  |
| 5.2 Tra desiderio di intimità e bisogno di controllo              | 52  |
| 5.3 L'impersonalità dell'ibridazione uomo-macchina                | 61  |
| 5.4 Comunità virtuali?  | 66  |
| 5.5 La fragilità del sé narcisistico e la reificazione dell'altro | 69  |
| 5.6 La necessità del corpo  | 72  |
| 5.7 Sé proteiforme vs. sé cristallizzato                          | 77  |
| <b>6. Simondon: Il principio d'individuazione</b>                 | 85  |
| <b>7. Stiegler: La tecnicità dell'umano</b>                       | 99  |
| <b>8. Merleau-Ponty: Il linguaggio parlante</b>                   | 117 |
| <b>Bibliografia</b>   | 129 |
| <b>Sitografia</b>   | 133 |



## Introduzione

Condurre una vita associata significa oggi, in buona parte, condurre una vita connessa. Molti degli aspetti della nostra esistenza passano ormai attraverso la rete e i dispositivi che consentono di accedervi: ciò riguarda non solo gli interessi, le relazioni personali o il tempo libero, ma anche la vita lavorativa e la possibilità di usufruire di servizi pubblici. A dimostrazione della centralità assunta da internet e dalla tecnologia digitale, anche le istituzioni sono giunte a porsi il problema di come queste strutture interagiscono con la vita sociale e a interrogarsi sulle modalità di una loro regolamentazione, sebbene con un certo ritardo e non sempre efficacemente. Infine, il diritto di accesso a internet è diventato materia di discussione giuridica ormai da svariati anni.

La versatilità della rete e delle tecnologie informatiche, il loro non essere state progettate per svolgere un compito preciso, si pone alla radice del loro successo e contribuisce a spiegare la loro diffusione capillare. Questa stessa ramificazione, che ha messo in collegamento tra loro miliardi di utenti in tutto il mondo, ha visto ugualmente l'imporre nella vita pubblica e nell'economia dei cosiddetti *new media*. Ciò ha avuto tra i suoi effetti una sostanziale alterazione delle modalità di produzione, diffusione e fruizione degli oggetti culturali, oltre ad imprimere una trasformazione radicale a quel che si è soliti chiamare cultura. A maggior ragione, quindi, chi si occupa di studi umanistici è chiamato a interrogarsi sul significato di questi rivolgimenti e sui loro esiti possibili. Risulta banale sottolineare come il web abbia cambiato il volto del mondo, amplificando enormemente la capacità di azione degli individui, annullando le distanze geografiche e introducendo possibilità impensabili fino a una trentina di anni fa. Tuttavia, pur senza negare queste conquiste, crediamo sia utile complicare il discorso e concentrarsi su quelle problematiche che emergono necessariamente assieme a ogni mutamento storico e tecnico di una certa rilevanza. Ci pare che un'indagine di questo tipo assuma un'urgenza particolarmente sentita di fronte alla portata di queste stesse problematiche, che si configurano all'interno di un processo – o di una varietà di processi – che, un tempo, qualcuno avrebbe definito come una mutazione antropologica.

Abbiamo iniziato tracciando per sommi capi una storia delle origini di internet, inframezzandola con alcuni momenti decisivi che hanno riguardato il diffondersi

dell'informatica nella cultura di massa. Ciò ci ha consentito di esaminare sia l'avverarsi di una rete oligopolistica e trasversalmente commerciale, sia quelle aspirazioni e possibilità che non hanno avuto modo di realizzarsi o hanno finito per assumere posizioni marginali. Come ogni evento non del tutto compiuto, crediamo che quei tentativi abbozzati conservino in sé la potenza trattenuta di un gesto che chiede di essere completato attraverso una ripresa e una rielaborazione. Successivamente, ci siamo concentrati sulle dinamiche economiche sottese allo stato attuale di internet, che coinvolgono gli utenti attraverso vari espedienti tecnici finalizzati alla raccolta dati e alla personalizzazione di contenuti e annunci pubblicitari. Inoltre, abbiamo tentato di comprendere, su basi sociologiche e psicologiche, come un'organizzazione degli apparati tecnologici a fini prettamente economici contribuisca a precisare una corrispondente strutturazione delle identità personali, della circolazione d'informazioni, delle esperienze culturali e delle relazioni. Da tali osservazioni empiriche emerge come gli attuali assetti tecnico-economici favoriscano l'ulteriore radicamento di una cultura incentrata su un individualismo egoistico e narcisistico, su relazioni interpersonali strumentali e su un'esperienza estetica compromessa dalle logiche del consumo.

La concretezza di queste stesse osservazioni ha gettato le fondamenta per la costruzione di un percorso filosofico che, a partire dalla teoria dell'individuazione concepita da Gilbert Simondon, approda alle riflessioni sulla tecnica di Bernard Stiegler. Secondo quest'ultimo, l'implementazione diffusa delle tecnologie computazionali a sostegno del consumo corrisponde a una de-individuazione dei singoli e dei gruppi, ossia a un'incapacità di differenziazione che comporta un crollo del desiderio e un irrigidimento mortifero. Tale irrigidimento si attua anche nella sovrabbondanza di esteriorizzazione tecnica che colpisce i saperi, cosicché gli esseri umani finiscono per perdere il loro saper vivere. In conclusione, abbiamo passato al setaccio il pensiero di Maurice Merleau-Ponty, cercando nel linguaggio dei segnali che alludessero a possibilità alternative e alle potenzialità taumaturgiche del linguaggio stesso. Come si vedrà, tali segnali assumono una luminescenza eccezionalmente vivida nella parola letteraria.

## 1. Alcuni cenni storici

Prima di affrontare l'influenza che oggi la rete esercita sui costrutti identitari, sulle relazioni interpersonali e sull'immaginario collettivo, riteniamo sia opportuno ripercorrere gli snodi fondamentali della storia di internet e alcuni momenti chiave delle ricerche sull'informatica. All'interno del nostro percorso, ciò potrà rivelarsi utile per due motivi: da un lato, la dimostrazione del carattere oligopolistico e centralizzato del web contemporaneo giustificherà alcune inevitabili generalizzazioni; dall'altro, il collocamento degli assetti attuali all'interno di un divenire storico permetterà di sottrarli a qualsiasi forma di presunta immobilità o ingenuo determinismo. Non si tratta infatti di mostrare come gli strumenti tecnici definiscano unidirezionalmente idee, comportamenti, identità o esperienze, ma di come essi siano il prodotto di processi sociali, economici e politici, all'interno dei quali si inseriscono rafforzandone le tendenze o producendone di nuove, partecipando cioè a una loro complessiva riconfigurazione. Per perseguire questo obiettivo, abbiamo scelto di intrecciare fatti relativi alla scienza e all'industria dell'informatica con alcuni fenomeni sociali e politici che li hanno accompagnati, avvalendoci rispettivamente dei contributi di Smyrniaios (2018) e Turkle (1985, 1997). L'introduzione di nuove tecnologie ha spesso fornito all'umanità l'occasione per ripensare sé stessa e il proprio posto nel mondo, e ciò è tanto più vero nel caso delle tecnologie informatiche e digitali.

Internet trovò la sua forma embrionale nel progetto ARPANET, che ne gettò le fondamenta tecniche e venne sviluppato a partire dal 1967. Si tratta di una tecnologia già profondamente imbricata sia nelle istituzioni, sia nella temperie sociale tipica di quell'epoca, che ne definiscono le due principali direttrici. La prima riguarda il suo carattere pubblico: ARPANET venne infatti finanziata dall'*Advanced Research Projects Agency (ARPA)*, agenzia facente capo al Dipartimento della Difesa degli Stati Uniti, e fu quindi espressione diretta di un complesso militare-industriale – secondo la famosa espressione coniata da Eisenhower – in cui i finanziamenti pubblici svolgono un ruolo determinante. La seconda testimonia una sinergia tra lo spirito progressista di quegli anni e l'innovazione tecnologica: i progettisti di ARPANET, infatti, promossero un sostanziale cambio di paradigma, passando dalla rigida commutazione di circuito alla più flessibile commutazione di pacchetto, dai laboriosi *batch processing*, organizzati attorno al fulcro

dell'elaboratore centrale, ai network di computer basati su architetture decentralizzate, da una gestione della ricerca di tipo gerarchico e burocratico a team che fondano il proprio lavoro sull'autonomia e la condivisione delle informazioni. Nonostante l'ARPANET fosse nata nel cuore di un apparato tecnocratico e militare, i suoi artefici decisero che il suo statuto pubblico dovesse tradursi in pubblica utilità, tanto che per molto tempo essi rifiutarono di brevettare o speculare economicamente sulle loro invenzioni.

Questo approccio favorì l'incontro, negli anni '70, tra il mondo informatico e quello della controcultura californiana, i cui effetti perdurarono anche nei decenni successivi, sebbene con cambiamenti sostanziali. Il carattere orizzontale e decentrato delle reti informatiche sembrava sposarsi perfettamente con le idee libertarie dei movimenti controculturali, che videro in esse un potenziale strumento per la diffusione di un'informazione libera dai vincoli di qualsivoglia organismo di controllo, al servizio dell'emancipazione individuale e collettiva.

Nello stesso decennio, il sociologo Daniel Bell (1973) sostenne che si stava verificando un passaggio dalla società industriale, basata sul modello produttivo fordista e taylorista, ad una post-industriale, in cui l'aumento esponenziale della produzione era da attribuirsi al progressivo diffondersi di lavoro incentrato sull'informazione. La nuova società sarebbe dunque stata, secondo Bell stesso, una "società dell'informazione" e il suo imporsi sarebbe andato di pari passo con la sua computerizzazione. Tale teoria sembrava inoltre confermare le convinzioni di economisti neoclassici come Robert Solow, il quale, un paio di decenni prima, aveva posto l'avanzamento tecnologico alla base dell'aumento di produttività di capitale e lavoro. Favorire lo sviluppo economico significava dunque favorire anche il processo di computerizzazione della società, e a tal fine si sarebbe dovuto fare affidamento non più sul sostegno e la supervisione dello Stato, come era avvenuto per l'ARPANET, ma sul motore trainante del mercato. Imprenditori, ingegneri e scienziati divennero i nuovi tefori del progresso, mentre burocrazia, sindacati e partiti tradizionali venivano sempre più presentati e percepiti come soggetti retrivi e ingombranti, da consegnare alla memoria storica.

Conclusioni non troppo dissimili trovarono spazio anche negli ambienti controculturali, a partire dalla seconda metà degli anni '70. In seguito al declino e alla sconfitta dei movimenti, infatti, si diffuse, tra coloro i quali erano in vario modo impegnati politicamente, un sentimento di scoramento e disillusione, nonché una perdita di fiducia



nei confronti della partecipazione politica. Mentre alcuni cercarono di declinare la tensione al cambiamento in senso individuale, abbracciando la ricerca spirituale o l'espressione anticonformistica di sé, altri credettero di vedere nella nascente cultura del computer un modo per rinfocolare i propri ideali conferendo loro maggiore efficacia. Nella Bay Area di San Francisco, che non a caso nel decennio precedente era stata uno dei maggiori poli di attrazione della cultura giovanile, sorsero i primi computer club, costituiti dai cosiddetti hobbisti, gli appassionati di computer. La proliferazione dei club poggiava sulla commercializzazione dei primi personal computer – tra cui spicca per il suo ruolo di apripista l'Altair 8800 della MITS – grazie ai quali la tecnologia informatica uscì dagli edifici delle istituzioni e delle grandi aziende per entrare nelle case dei privati. Ciò che in parte accomunava gli hobbisti ai creatori di ARPANET era la competenza tecnica: in questa prima fase della diffusione del computer, la figura del programmatore e quella dell'utente finale tendevano a sovrapporsi e ciò faceva sì che si possedessero le conoscenze necessarie per adattare la macchina ai propri bisogni specifici. Molti dei primi hobbisti, in effetti, erano professionisti che avevano riscoperto fra le mura domestiche quell'approccio creativo che era andato perduto sul posto di lavoro, dove il processo di programmazione era stato via via sottomesso a segmentazione e standardizzazione. Nella ramificazione e nell'espansione delle reti informatiche, essi videro la possibilità di far sorgere comunità di cittadini indipendenti che attingessero e contribuissero a un comune bacino di memoria e conoscenza, secondo modalità di partecipazione democratica ed egualitaria che richiamassero e insieme oltrepassassero quelle degli anni '60 e '70. La trasparenza offerta dal computer, una macchina complessa ma che possedeva un proprio linguaggio e una propria logica di fondo, a cui si poteva essere "iniziati", avrebbe forse potuto rifrangere una luce rischiaratrice su un mondo che ormai appariva opaco e imperscrutabile.

Tali principi tecno-utopisti continuarono a riscuotere una certa fortuna almeno fino agli anni '90, rinvigoriti dall'introduzione del *World Wide Web*, un sistema informativo di cui internet costituisce l'infrastruttura fisica e che fu inventato nel 1990 dal Tim Berners-Lee.<sup>1</sup> A tal proposito, una delle figure più emblematiche del connubio tra spirito libertario degli anni '60 ed entusiasmo per le nuove tecnologie è quella di John

---

<sup>1</sup> Nonostante il termine "internet" stia a indicare la rete fisica e "web" il servizio che poggia su di essa, nel testo le due parole saranno perlopiù usate in maniera intercambiabile riferendosi al sistema informativo, come è ormai invalso nell'uso comune.

Perry Barlow, un tempo paroliere dei Grateful Dead, cofondatore nel 1990 dell'*Electronic Frontier Foundation (EFF)*, organizzazione per la difesa dei diritti digitali e della libertà d'espressione, nonché autore della celebre *Dichiarazione d'indipendenza del Cyberspazio* (1996). È interessante notare come, dal punto di vista retorico, Barlow istituisca in questo scritto un'irriducibile contrapposizione tra un "noi", gli abitanti del cyberspazio, e un "voi", a cui sono ascrivibili i governi statali e, in seconda battuta, le industrie dell'informazione tradizionali. L'intenzione è quella di ribadire non soltanto l'indipendenza, ma una vera e propria estraneità del mondo virtuale rispetto a quello fisico, esprimendo un radicale gesto di rottura, che però rivela una certa ingenuità nel momento in cui il pamphlet redatto da Barlow si rifà sin dal titolo alla dichiarazione d'indipendenza degli Stati Uniti – citando peraltro alcuni dei padri fondatori nel testo – e, nonostante le proprie aspirazioni globali, è manifestatamente intriso della diffidenza individualista verso le istituzioni e della rilevanza attribuita a libertà di pensiero e di espressione che caratterizzano la società americana sin dalle sue origini.

Non si può fare a meno di sottolineare una forte contraddizione: i tecno-utopisti sembrano istituire un'intensa permeabilità tra mondo virtuale e mondo materiale, nonché una determinazione del secondo da parte del primo pressoché inevitabile, quando si tratta di pensare alle ricadute virtuose che emergerebbero quasi spontaneamente dalle opportunità offerte da internet e dall'informatizzazione; la stessa permeabilità, tuttavia, sembra venir meno o essere considerevolmente ridimensionata nel caso in cui siano le caratteristiche del mondo esterno a dar forma e sostanza a quelle del cyberspazio. In assenza di attività offline che trovassero una corrispondenza e una coordinazione con quelle online, la mancata problematizzazione del carattere fittizio di questa separazione univoca ha spesso favorito l'affiorare di meccanismi di compensazione, per cui all'affaccendarsi tra comunità virtuali e attivismo online hanno fatto da contraltare l'inerzia e il senso di impotenza rispetto ai problemi politici e sociali riscontrati nel proprio contesto quotidiano. Lo scritto di Barlow, infatti, esemplifica efficacemente anche il cambiamento di mentalità provocato dall'introduzione di internet: mentre gli hobbisti concepivano ancora la tecnologia come mezzo attraverso cui perseguire un cambiamento al di là dello schermo, per gli attivisti degli anni '90 poteva essere sufficiente abitare un mondo alternativo che esistesse esclusivamente online. All'enfasi posta sulla trasparenza e sulla comprensione della complessità, era stata sostituita quella

sull'immediatezza della mobilitazione e dell'azione diretta, i cui effetti sovente si esauriscono molto rapidamente. Sebbene tale approccio potesse offrire una compensazione psicologica all'atomizzazione della società americana, che si accompagnava alla perdita di numerosi spazi di aggregazione ed era dovuta alla graduale disseminazione dei ceti medi nelle periferie urbane sin dal secondo dopoguerra, di fatto esso rischiava di rispecchiare e rafforzare l'abbandono della sfera pubblica, limitandosi a crearne un surrogato su internet.

Col senno di poi, sappiamo dunque che le speranze di trasformazione sociale che gli hobbisti riponevano nei mezzi informatici sarebbero state inesorabilmente frustrate. Ciò che invece iniziò a compiersi nei club fu l'incontro tra hobbisti e ingegneri informatici, favorito da personaggi intraprendenti come Stewart Brand, anch'egli proveniente dall'ambiente controculture della Bay Area. Come vedremo, sarà proprio questo incontro a stravolgere il volto di quella regione e a rendere nota nel mondo quella che oggi è conosciuta come Silicon Valley.

Sul piano della politica economica, i governi di Ronald Reagan e Margaret Thatcher, rispettivamente negli U.S.A. e nel Regno Unito, iniziarono a tradurre il nuovo entusiasmo per un'innovazione tecnologica promossa dal mercato in strategie e provvedimenti ben precisi. Negli Stati Uniti, l'elezione di Reagan nel 1980 portò a un'intensificazione degli attacchi, iniziati già qualche anno prima, contro la posizione dominante del colosso delle telecomunicazioni AT&T e, infine, al suo smantellamento nel 1982. Si trattava di un radicale cambiamento di approccio: mentre nei decenni precedenti si era insistito sulla necessità di offrire un servizio pubblico, la cui diffusione pareva poter essere garantita solo da una direzione aziendale centralizzata e sottoposta al controllo statale, ora la priorità veniva accordata allo sviluppo tecnologico, che avrebbe raggiunto i suoi massimi risultati solo in virtù della competizione favorita dalle liberalizzazioni. Nel Regno Unito, il governo Thatcher decise invece di vendere una parte della British Telecom, fino ad allora a gestione integralmente statale, e di aprire il mercato della telefonia agli operatori privati. In quel contesto, la spinta all'informatizzazione dell'economia si contrapponeva all'abbandono del vecchio modello basato sull'industria pesante ed estrattiva, e venne quindi promossa come una soluzione alla dilagante disoccupazione. Nonostante qualche resistenza in Paesi tradizionalmente centralisti come la Francia, gli stessi principi di privatizzazione e incoraggiamento della concorrenza

presero infine piede anche nei diversi Stati europei, fino a trovare una propria declinazione particolare nell'impianto giuridico dell'UE.

Una volta che tali idee ebbero trovato la propria legittimazione nella prassi politica dei governi democratici, ciò favorì il passaggio integrale delle infrastrutture alla base delle reti informatiche in mani private e spianò la strada alla progressiva commercializzazione di internet. Un potenziale in tal senso si percepì con l'introduzione, a partire dalla fine degli anni '70, dei *Bulletin Board Systems (BBS)*, server che utilizzavano le linee telefoniche permettendo la comunicazione tra computer domestici, che all'epoca erano ancora esclusi dall'accesso a internet. Presto i BBS riscontrarono grande successo e si ampliarono in reti di dimensioni globali, come Usenet, fondata su sistemi operativi UNIX, o FidoNet. Queste reti diedero il via alla creazione di forum dove utenti comuni potevano interagire in vario modo, scambiarsi file e discutere dei più svariati temi, percorrendo per alcuni aspetti la strada degli odierni social network. La possibilità di trarre un vantaggio economico dalla fortuna dei BBS fu intuìta da Stewart Brand e Larry Brilliant, che nel 1985 fondarono il *Whole Earth 'Lectronic Link (WELL)*, tuttora attivo. Il primo nucleo californiano di quella che per prima venne definita "comunità virtuale" era costituito dagli appassionati di computer, dagli ingegneri informatici e dagli esponenti della subcultura hippie con cui Brand aveva intessuto rapporti negli anni precedenti e, proprio su questo forum, tra un nutrito gruppo di fan dei Grateful Dead, si conobbero Barlow e gli altri fondatori dell'EFF.

La rilevanza di The WELL si situa nell'unione dello spirito comunitario dei BBS con una proprietà di tipo aziendale, il che pose per la prima volta questioni legate al rapporto tra internet e profitto. Da un lato, la dirigenza si rese conto che le possibilità di guadagno risiedevano essenzialmente nella rete di relazioni tra gli utenti; dall'altro, parte dell'utenza percepì che, dal punto di vista economico, la propria attività su The WELL si configurava come lavoro gratuito a beneficio esclusivo dei proprietari e che il frutto di questo lavoro erano i contenuti costituiti dai propri pensieri e dalle proprie relazioni, che in tal modo subivano un processo di mercificazione.

Naturalmente, l'affermazione dei BBS e dei primi forum non sarebbe stata possibile senza un'ulteriore e ancor più riuscita diffusione del comparto hardware. A partire dalla seconda metà degli anni '80, infatti, la diffusione domestica dei personal computer conobbe un decisivo balzo in avanti, il cui protagonista fu inizialmente il

Macintosh 128K, prodotto dalla Apple nel 1984. Sarebbe riduttivo considerare questa espansione sul piano meramente quantitativo, dato che essa fu principalmente dovuta a cambiamenti cruciali nella concezione e nella progettazione del computer, che a loro volta introdussero un inedito rapporto uomo-macchina. I primi hobbisti concepivano il computer come calcolatore, una macchina che funzionava sulla base di un linguaggio razionale, il cui apprendimento avrebbe permesso di comprenderne le dinamiche di fondo e, quindi, di impartirle comandi secondo i propri obiettivi. Il computer-calcolatore si prestava a fungere da allegoria per un mondo su cui si poteva intervenire attivamente, dotato di una logica intrinseca che poteva essere svelata rintracciandone i singoli elementi costitutivi, attraverso un progressivo processo di astrazione che conferisse loro una coerenza complessiva. Al contrario, i nuovi computer della Apple portavano a compimento l'estetica postmoderna, secondo cui non si tratta di svelare una realtà autentica che soggiace a una sua rappresentazione fittizia, bensì di riconoscere come la realtà stessa sia composta integralmente di immagini, superfici e simulacri, e si costituisca come mera simulazione. Tale estetica prendeva corpo nella *Graphic User Interface (GUI)*, un'interfaccia grafica costituita da finestre di dialogo, icone, nonché dal *desktop*, la superficie di una scrivania virtuale da gestire – sul piano organizzativo ma anche su quello estetico – secondo il proprio gusto. Mentre in precedenza si era valorizzata la trasparenza di un computer-calcolatore di cui fare un uso principalmente strumentale, ora l'utente avrebbe dovuto intrattenere una conversazione e una negoziazione con una macchina più monolitica e opaca, parlante una lingua straniera. Non si trattava più di impartire ordini, ma di navigare, ossia di imparare a muoversi in un ambiente relativamente sconosciuto, mutevole e indipendente, secondo criteri squisitamente cibernetici.

Il principale rivale di Apple, ossia Microsoft, puntò inizialmente su un'interfaccia a riga di comando, più vicina al modello di computer-calcolatore, con l'introduzione nel 1982 del sistema operativo MS-DOS. Progressivamente si giunse a un'ibridazione tra la trasparenza del prompt dei comandi e la piacevolezza *user-friendly* dell'interfaccia grafica, virando però con decisione in favore di quest'ultima a partire dalla commercializzazione di Windows 95. L'affermazione di una cultura dell'interfaccia aiuta anche a spiegare il motivo per cui i tecno-utopisti degli anni '90 ritenessero sufficiente mettere in pratica i propri ideali soltanto online: se tutta la realtà è una simulazione, il

mondo online e quello offline possono essere concepiti come effetti di reale ontologicamente equivalenti ed essere erroneamente giustapposti, dando l'illusione che sia possibile scegliere l'uno o l'altro senza considerare la loro interdipendenza.

Da quanto si è detto finora, risulta chiaro che alla transizione tra i due modelli informatici verificatasi a metà degli anni '80 ne corrisponde un'altra di natura epistemologica e di portata significativamente più ampia. Il passaggio all'interfaccia grafica implica un'indagine conoscitiva e un modello di apprendimento che non sono più centrati su un linguaggio organizzato gerarchicamente per sintagmi, adatto alla pianificazione, all'implementazione di procedure formate da istruzioni sequenziali che facciano capo a una struttura complessiva. A tale approccio "rigido", se ne sostituisce uno "morbido" (Turkle 1985: 106-07), che privilegia la dimensione sensibile dell'esperienza tramite l'interazione con il carattere audiovisivo degli oggetti virtuali; la progettazione ordinata viene rimpiazzata dal *trial and error*, dal procedere per tentativi, e si apre la strada al gioco, all'imprevisto, alla sperimentazione.

Il potenziale creativo di questo nuovo orientamento è ben rappresentato da molti videogiochi sviluppati negli anni '80, sia perché, più di ogni altro, questo *medium* richiede al giocatore di interagire con una superficie simulativa nel tentativo di carpire le regole del mondo di gioco e di volgerle a proprio vantaggio, sia perché i limiti tecnici ed economici dell'epoca venivano aggirati e sfruttati sapientemente dagli sviluppatori: un uso esteticamente accorto di rappresentazioni tecnicamente rozze era infatti in grado di stimolare la fantasia, suggerendo l'esistenza di mondi immaginari più ricchi e complessi di quanto non apparissero su schermo.<sup>2</sup>

Ciononostante, l'entusiasmo per le nuove opportunità offerte dalle capacità simulate delle tecnologie informatiche ha anche dato adito a pericoli e fraintendimenti. In primo luogo, alla possibilità di dare una certa concretezza a mondi realistici o di fantasia, rendendoli accessibili all'esperienza sensibile, talvolta ha fatto da corollario l'idea che il reale e la sua simulazione, in fondo, fossero la stessa cosa e che, per dominare efficacemente l'uno, fosse sufficiente padroneggiare l'altra. Più avanti torneremo sulle implicazioni e sui rischi legati all'identificazione del reale con la propria rappresentazione, per ora basti dire che gli esiti riduzionisti di questa posizione

---

<sup>2</sup> Oggi, questo spirito si è mantenuto in una certa misura nell'ambiente dei videogiochi indipendenti, mentre la parte più cospicua e facoltosa dell'industria videoludica è impegnata nella ricerca di un grado sempre maggiore di fotorealismo.

epistemologica non sembrano discostarsi, paradossalmente, da quelli che caratterizzavano i sostenitori dell'approccio rigido, che si illudevano di poter giungere a una cognizione onnicomprensiva del mondo seguendo i tracciati dei circuiti stampati sulle schede elettroniche, o che il libro della natura fosse scritto in linguaggio assembly.

È innegabile che l'introduzione dell'interfaccia grafica abbia favorito l'avvicinamento al computer da parte di un bacino d'utenza incomparabilmente maggiore rispetto a quello costituito dagli specialisti dei club. Il nuovo volto affabile e seducente della macchina seppe attirare anche chi, fino a quel momento, ne era stato intimorito e a cui ora bastavano delle competenze elementari per mettersi alla prova. Ciò facilitò un uso del computer improntato all'intrattenimento e alla comunicazione, e quindi una sempre maggiore penetrazione di questo tipo di tecnologia nella vita quotidiana, di pari passo con la diffusione della rete e, in seguito, dei dispositivi portatili e del cosiddetto *Internet of Things (IoT)*. D'altro canto, una prospettiva di questo tipo si limita a descrivere il fenomeno soltanto dal punto di vista dell'utente finale. Il comparire dell'interfaccia, infatti, non portò alla sparizione dell'architettura sottostante: la rese soltanto invisibile. Essere consapevoli del funzionamento recondito della macchina appariva irrilevante nel momento in cui si poteva comunque ottenere ciò che si desiderava in un modo più semplice e immediato. Tuttavia, se torniamo a considerare qualsiasi attività al computer delle persone comuni come lavoro – e di ciò indubbiamente si tratta nel momento in cui si producono delle esternalità a favore di soggetti terzi, come le aziende proprietarie dei siti web – allora esso si configura come lavoro non qualificato, ossia un lavoro dove il sapere è in buona parte sottratto al lavoratore e trasferito nella macchina. In tal modo, la conoscenza che innerva la struttura stessa della macchina precede l'intervento del lavoratore/utente e ne condiziona necessariamente il comportamento e le possibilità di azione, anche nel caso di una macchina estremamente versatile qual è il computer.

Mentre la conquista delle case dei privati da parte del personal computer garantiva il successo di un nuovo modello imprenditoriale, incarnato da Apple e Microsoft, a discapito della “vecchia guardia” rappresentata da IBM, sul versante della rete l'intesa tra i suoi protagonisti della prima ora e i detentori di vasti capitali privati stava giungendo a compimento. Nel 1987 venne creato il Global Business Network, una società di consulenza finanziaria al servizio di alcune tra le più importanti multinazionali, fondata ancora una volta da Stewart Brand e dai suoi soci. Un paio di anni prima, presso l'MIT

di Cambridge, l'intellettuale Nicholas Negroponte aveva cofondato il Media Lab, un poliedrico laboratorio di ricerca interamente sovvenzionato da sponsor privati, secondo un modello di finanziamento che si poneva in evidente contrasto con gli istituti che nei decenni precedenti avevano conteso sul denaro pubblico. Nel 1992, infine, Negroponte e Brand contribuirono a dar vita alla rivista *Wired*, attorno alla quale si riunirono i cosiddetti *digerati* (crasi delle parole *digital* e *litterati*, traducibile come “eruditi digitali”), l'élite composta dai personaggi di maggior successo nell'ambiente informatico che, attraverso la rivista, si fecero promotori dell'unione tra innovazione tecnologica e capitalismo finanziario di stampo neoliberista.

Tali posizioni trovarono un interlocutore compiacente nel governo americano guidato da Bill Clinton che, dopo la prima fase di privatizzazioni degli anni '80, intraprese nuove misure di deregolamentazione. Abbandonando l'idea iniziale, avanzata in campagna elettorale, secondo cui lo Stato avrebbe costruito un vasto sistema in fibra ottica, di cui le aziende avrebbero potuto avvalersi per offrire i propri servizi sotto supervisione statale, nel 1993 il governo Clinton finì per demandare ai privati sia la costruzione che la gestione del nuovo network, non riuscendo peraltro a realizzare la promessa di un accesso universale. Nel 1995, inoltre, fu smantellata la dorsale di rete che nel decennio precedente era stata costruita grazie al *National Science Foundation Network (NSFNET)*, un programma finanziato da un partenariato pubblico-privato che aveva come sue priorità la ricerca e l'educazione. In tal modo la gestione della rete fisica passò totalmente in mano agli operatori di mercato. Ciò aprì delle prospettive inedite ed estremamente proficue per chi avesse voluto proporre nuovi servizi commerciali su internet: in precedenza, infatti, gli operatori che offrivano ai propri iscritti informazione, intrattenimento e servizi di comunicazione basati su architetture di rete proprietarie – come CompuServe, Prodigy o AOL – erano limitati nelle loro possibilità di crescita dalla natura circoscritta di quegli stessi network. Internet, al contrario, costituiva un sistema aperto che promuoveva la continua creazione di interconnessioni (tra gli utenti, ma anche tra gli operatori stessi), prospettando l'acquisizione di un'utenza virtualmente illimitata, attirata dalla possibilità di fruire di servizi di qualità equiparabile a quelli a pagamento, ma gratuitamente.

Le caratteristiche di internet lo rendevano dunque il perfetto terreno di coltura per le cosiddette startup, aziende il cui modello imprenditoriale è basato sulla scalabilità,



ossia la possibilità di crescere esponenzialmente con un impiego di risorse non proporzionale, nonché sulla sua replicabilità in luoghi e momenti diversi. Tra le miriadi di siti che in questo periodo mossero i primi passi nel mercato online possiamo annoverare Yahoo! (1994), Amazon (1994), eBay (1995) e Google (1997). La *startup culture* di quegli anni, fiorita ancora una volta nella Silicon Valley, vedeva il già consolidato rapporto tra mentalità imprenditoriale e ricerca tecnologica formare un forte sodalizio con il capitale finanziario, in particolare nella forma del *venture capital*. Quest'ultimo è costituito da investimenti a sostegno di imprese la cui possibilità di trovare riscontro sul mercato e garantire un recupero del capitale investito risulta troppo incerta per attingere alle risorse finanziarie di cui necessitano attraverso canali ordinari, come i mercati standard o i prestiti bancari. Era questo il caso delle startup che operavano nel settore informatico o di internet: di formazione recente, erano di piccole dimensioni, proponevano prodotti particolarmente innovativi, dunque privi di un mercato di riferimento consolidato, e il loro carattere immateriale le privava di *asset* sufficienti a proteggerle da un'eventuale insolvibilità. È noto come, sull'onda dell'euforia scatenata da alcune operazioni di successo, come quella incentrata su Apple, molti investitori parteciparono a una massiccia campagna speculativa in cui le startup venivano spinte a rapide quanto premature acquisizioni o quotazioni in borsa, con l'intento di trarre profitto dall'improvviso ed effimero aumento del loro valore azionario. Si tratta di quella che fu definita la bolla delle *dot-com*, scoppiata nei primi mesi del 2000, quando il Nasdaq, l'indice dei principali titoli tecnologici, subì un tracollo.

Data la recente apertura di internet alle imprese commerciali, la sua diffusione presso i consumatori era ancora estremamente limitata e perlopiù circoscritta agli Stati Uniti, oltre a essere incentrata su una connessione di tipo *dial-up*, ossia sorretta dalla linea telefonica, la quale limitava considerevolmente le possibilità di fruizione. In mancanza di una richiesta che andasse di pari passo con il ritmo frenetico che caratterizzava gli investimenti sulle startup online, risulta chiaro come la loro crescita economica fosse spesso gonfiata artificialmente e il valore dei loro titoli azionari decisamente sopravvalutato. Le cose cambiarono nei primi anni del nuovo millennio, quando l'entrata in borsa di aziende come Google – la cui offerta pubblica iniziale risale al 2004 – segnò l'avvio di una nuova fase di finanziarizzazione, questa volta sostenuta da una domanda adeguata e dall'espansione di tecnologie come la banda larga o le reti cellulari.

Allo scoppio della bolla delle *dot-com* sopravvisse tuttavia la strategia commerciale che aveva accompagnato quella serie di speculazioni, strategia basata sul concetto di convergenza. Dal punto di vista puramente finanziario, la convergenza si traduce nel realizzare acquisizioni e fusioni tra aziende diverse per provocare la crescita dei titoli azionari ed è quindi l'ennesimo espediente speculativo. Se tuttavia la si considera come modello di *business* nel campo dell'informazione e dell'intrattenimento, la convergenza rappresenta la volontà da parte di un'azienda di assumere il controllo dei propri prodotti lungo l'intero arco del loro ciclo di progettazione, realizzazione e distribuzione.

Oltre al consolidamento di alcuni soggetti che erano sopravvissuti alle speculazioni degli anni '90 (su tutti Google e Amazon), l'avvento del cosiddetto *Web 2.0* vide molte aziende puntare verso aspetti di internet quali l'interoperabilità,<sup>3</sup> la facilità di utilizzo, le reti sociali, la partecipazione degli utenti alla creazione di contenuti, nonché l'emergere di nuovi attori, perlopiù social network e piattaforme per il consumo di contenuti audiovisivi, come Facebook (2004), YouTube (2005), Spotify (2006), Twitter (2006), Netflix (inizio del servizio di streaming nel 2008) o, più recentemente, Twitch (2011) e TikTok (2016). Alcuni fra questi – Google, Amazon e Facebook in particolar modo – fecero propria l'idea di convergenza, riuscendo a concentrare nelle proprie mani una quantità di risorse tale da condurre alla formazione di veri e propri oligopoli su scala mondiale.

---

<sup>3</sup> Possibilità per un servizio o prodotto di essere fruito su sistemi o dispositivi di tipo diverso o compatibilmente ad altri prodotti o servizi.

## 2. L'economia del web oligopolistico

Finora si è visto come il desiderio di ampliare il mercato dei computer domestici abbia spinto lo sviluppo tecnologico verso l'adozione di interfacce che richiedessero una quantità minima di competenze per essere utilizzate. Se fino a metà anni '80 la produzione di hardware e software era rivolta a un nutrito – ma pur sempre ristretto – gruppo di appassionati, perlopiù professionisti del settore, in seguito a questa nicchia si è sostituito un sempre più ampio bacino di utenti, persone comuni prive di qualsivoglia formazione specifica. Questa radicale semplificazione, adottata anche dai siti web, predetermina e circoscrive le possibilità di utilizzo delle interfacce, strutturate e predisposte secondo criteri che inscrivono in esse i valori dei loro proprietari e le rendono un'espressione diretta dei loro interessi. Tale concetto è riassunto efficacemente dall'espressione «il codice è la legge», coniata da Lawrence Lessig (1999) per illustrare il carattere normativo del codice sorgente posto alla base di ogni scrittura informatica.

Parallelamente a ciò, abbiamo osservato come scelte di tipo politico ed economico abbiano portato ad abbandonare un'idea di internet quale servizio finalizzato alla pubblica utilità, in favore di una sua pressoché completa commercializzazione. In base a quanto detto in precedenza, va da sé che gli interessi iscritti nelle piattaforme online saranno dunque di natura principalmente economica. Risulta altrettanto facilmente comprensibile come le aziende dotate di maggiori risorse e di posizioni favorevoli all'interno del mercato abbiano tentato di assumere ruoli egemonici per tutelare e coltivare questi stessi interessi. Inoltre, nel caso di siti come i social network o le piattaforme di e-commerce, il loro carattere di meri “contenitori”, reso possibile dall'estrema flessibilità dei servizi online, ha fatto sì che tali interessi assumessero le forme più disparate, garantendo a queste aziende l'accesso a un ventaglio di mercati tra loro estremamente differenziati e possibilità di crescita senza precedenti.

Si potrebbe pensare che il carattere aperto di internet lo renda un ambiente naturalmente incline alla libera competizione e all'emergere di una miriade di soggetti nei vari settori di mercato. Eppure, in un regime di commercializzazione, la smaterializzazione dello spazio e la compressione del tempo che stanno alla base della rete la rendono un terreno fertile per la formazione di oligopoli. A queste ragioni

intrinseche, si aggiungono strategie commerciali e strumenti tecnologici adottati dalle aziende per consolidare e accrescere il proprio predominio (Smyrnaioi 2018).

Il primo vantaggio offerto dalla conformazione di internet riguarda la distribuzione, con l'opportunità di avvalersi delle economie di scala e di puntare alla convergenza. La digitalizzazione dei prodotti, infatti, permette sia una loro diffusione potenzialmente illimitata, con costi che rimangono pressoché inalterati, sia la loro diversificazione, per cui beni e servizi di natura molto diversa possono essere venduti attraverso i medesimi canali, riunendo così mercati differenti. A subire un ridimensionamento considerevole sono anche i costi di transazione, ossia i costi precedenti e successivi a uno scambio commerciale. Un servizio come Google AdSense, ad esempio, permette agli inserzionisti di disseminare i loro banner, associandoli automaticamente a un vasto gruppo di siti con un pubblico di piccole e medie dimensioni. L'accorpamento di questi siti rende vantaggiosa un'operazione pubblicitaria i cui costi sarebbero risultati proibitivi rispetto alla visibilità ottenuta, se le transazioni fossero avvenute singolarmente. A sua volta, l'abbattimento dei costi di transazione, facilitando i flussi commerciali, incoraggia enormemente le pratiche di esternalizzazione e di subappalto, dunque riducendo anche le spese di produzione. Infine, internet tende a premiare la performance relativa di servizi e prodotti, ossia la loro efficienza paragonata a quella della concorrenza. Data la facilità e l'apparente gratuità con cui è possibile accedere ai servizi offerti in rete, un'azienda che sia anche poco più efficiente delle altre – o che venga percepita come tale – ha la possibilità di accaparrarsi la quasi totalità del mercato, secondo la logica del “chi vince piglia tutto”. Questa dinamica è rafforzata dal cosiddetto “effetto club” (Smyrnaioi 2018, 62), che sta alla base delle economie di rete e può essere sia diretto che indiretto: nel primo caso, ciascun utente rappresenta un potenziale collegamento verso tutti gli altri e un richiamo per l'adesione di nuovi utenti; nel secondo, l'ampia scelta di contenuti presente in un servizio attrae un folto bacino d'utenza, e tale popolarità alimenta ulteriormente la varietà e la ricchezza dei prodotti disponibili. L'effetto club raggiunge la sua massima efficacia con il conseguimento del *lock-in* (Pariser, 2012): un servizio arriva a essere sufficientemente diffuso da dissuadere un utente dall'abbandonarlo, anche in favore di un'alternativa migliore, poiché tale scelta comporterebbe la perdita di un gran numero di attività e connessioni costruite nel tempo.

I vantaggi visti finora hanno permesso a una manciata di aziende di accumulare enormi risorse finanziarie in tempi relativamente brevi, grazie alle quali esse hanno potuto investire nella ricerca e restare all'avanguardia in termini tecnologici. Inoltre, i capitali a disposizione sono stati utilizzati per acquisire potenziali concorrenti o aziende emergenti che permettessero di ampliare i profitti e diversificare la propria attività. Un esempio è quello di Facebook: l'azienda di Mark Zuckerberg, infatti, nel 2012 ha ufficializzato l'acquisizione di Instagram, social network imperniato sulla condivisione di brevi video e immagini, mentre nel 2014 è stata la volta di WhatsApp, l'app di messaggistica più diffusa sui dispositivi mobili. Già nel 2006, invece, Google aveva acquisito la piattaforma di *video sharing* YouTube, ad oggi il sito più visitato al mondo dopo lo stesso Google.<sup>4</sup> Recentemente tali acquisizioni sono state messe in discussione dalla Federal Trade Commission americana, che ha accusato Facebook di infrangere le leggi antitrust (Paul 2021). A essere ampiamente diffusa è anche l'integrazione verticale dei comparti infrastrutturali, per cui i medesimi attori controllano settori complementari delle stesse catene produttive: sistemi operativi, elettronica di consumo, reti di telecomunicazioni e centri di elaborazione dati. Che si tratti di sviluppo tecnologico, fusioni, acquisizioni, partecipazioni azionarie o partnership privilegiate, tali pratiche sono servite alle aziende oligopolistiche per presidiare le proprie posizioni egemoniche e rendere più difficile un accesso competitivo al mercato da parte di eventuali concorrenti.

Il potere garantito dalla condizione di oligopolio si è spesso tradotto in gestioni e politiche aziendali di tipo verticistico. Google e Facebook sono entrambe organizzate secondo una struttura a matrice: le varie sedi sono amministrare localmente sul piano operativo, ma ciascuna di esse è direttamente collegata alla sede centrale, dove prendono vita i nuovi progetti che verranno poi implementati su scala globale. Si tratta dunque, ancora una volta, di sfruttare le economie di scala attraverso strategie uniformi e standardizzazione dei prodotti. Come tutto ciò si ripercuota sul rapporto con l'utenza è esemplificato dal modo in cui le aziende modificano periodicamente i loro termini di servizio, imponendo quella che potremmo definire una scelta di Hobson: continuare a usufruire di un servizio implica l'accettazione delle condizioni di utilizzo e l'unica alternativa a questa possibilità è quella di rinunciarvi, il che spesso significa perdere gran parte delle attività riversate sulla piattaforma in questione. Lo stesso si dica per i

---

<sup>4</sup> <https://www.alex.com/topsites> URL consultato febbraio 2022.

cambiamenti che vengono introdotti rispetto ai servizi stessi, inizialmente presentati come semplici alternative alle vecchie modalità di fruizione che, dopo un periodo di transizione, vengono definitivamente rimpiazzate. In tal senso, Facebook si è dimostrato particolarmente ingegnoso, promuovendo nuovi servizi fino a renderli indispensabili e infine trarne il massimo profitto, come nel caso delle pagine dedicate alla promozione di organizzazioni, aziende e istituzioni che, successivamente alla modifica degli algoritmi, sono state spinte a pagare per ricevere maggiore visibilità. Si tratta di quella che Brad Burnham ha chiamato la «tirannia del *default*» (Pariser 2012), ossia la prassi, da parte dei proprietari dei siti web, di stabilire a priori le impostazioni predefinite e le modalità d'uso delle proprie piattaforme, nonché di riservarsi il diritto di cambiarle a proprio piacimento, in modo da orientare il comportamento degli utenti e volgerlo a proprio vantaggio. Capita non di rado, dunque, che vengano presentate delle possibilità di scelta che non sono realmente tali, o che l'utente venga dissuaso dal prendere decisioni diverse dal previsto sottoponendolo a procedure particolarmente farraginose.

Tornando a come l'applicazione di certe logiche commerciali all'ambiente di internet favorisca l'accentramento delle risorse economiche e, di conseguenza, la formazione di oligopoli, particolare attenzione va riservata alle cosiddette esternalità. Per esternalità si intendono «le azioni di soggetti che hanno un impatto positivo su altri soggetti, nonostante questo impatto non sia preso in considerazione nelle intenzioni del soggetto che lo genera» (Smyrniaios 2018, 59, traduzione mia). Un esempio di tale fenomeno è costituito dal vantaggio che i siti web commerciali traggono dalla compresenza di siti gratuiti, che contribuiscono ad attirare sui primi l'attenzione di un maggior numero di utenti; un altro caso riguarda i contenuti prodotti dagli utenti comuni e messi a disposizione gratuitamente sulle piattaforme.<sup>5</sup> Tuttavia, la questione delle esternalità va ben oltre queste esemplificazioni intuitive e le sue implicazioni risultano particolarmente cruciali per lo sviluppo del nostro discorso.

Se i caratteri precipi di internet e le strategie di gestione adottate dalle aziende costituiscono due importanti pilastri a sostegno del regime oligopolistico, le sue fondamenta economiche consistono nelle esternalità prodotte dalle svariate attività svolte dai singoli utenti e dalle informazioni che questi riversano in rete, le quali vengono

---

<sup>5</sup> A tal proposito è stato coniato il termine *prosumer*, per indicare l'ibridazione, tipica della cultura online, tra produttore (*producer*) e consumatore (*consumer*) (Franceschetti 2020, 36).

quantificate, trasformate in dati statistici e utilizzate per costruire modelli di comportamento e profili individuali basati su parametri sociodemografici. Sorto dalla necessità di far fruttare il più possibile un gigantesco bacino di utenti, attirati dalla prospettiva di poter accedere a un'infinità di informazioni e servizi perlopiù gratuiti, il mercato dei cosiddetti *big data*, le enormi quantità di informazioni processate da algoritmi per estrarre valore e conoscenza, ha raggiunto dimensioni tali che da più parti ci si è spinti a considerare i dati come il nuovo petrolio (Toonders 2014; “The world’s most valuable resource is no longer oil, but data,” 2017; Bhageshour 2019). Al di là dell’accuratezza del paragone, esso risulta particolarmente efficace se si pensa che, grazie alla ricchezza accumulata in questo modo da *Big Tech* – il colosso economico formato da Facebook, Apple, Alphabet, la società madre di Google, Amazon e Microsoft –, nel 2016 il settore tecnologico è diventato l’industria più grande al mondo (Kennedy 2016).

Il commercio dei dati personali si pone in stretta relazione con le attività di marketing e l’evoluzione di questo rapporto è stato studiato efficacemente, tra gli altri, da Pariser (2012) e Smyrniotis (2018). Tale mercato nasce in risposta all’inadeguatezza delle tradizionali strategie pubblicitarie applicate a un contesto come quello di internet. Infatti, in passato le aziende avevano tentato di promuovere la propria immagine e i propri prodotti attraverso campagne standardizzate, affidandosi a media di massa quali stampa e televisione e rivolgendosi a un pubblico indifferenziato di potenziali acquirenti. Traslatato su internet, tuttavia, tale approccio risultava fallimentare, poiché il dispiego di risorse necessarie a catturare l’attenzione dei consumatori, in un panorama così vasto, differenziato e dai ritmi frenetici, era sproporzionato rispetto ai risultati ottenuti. Anziché raggiungere il pubblico più ampio possibile con un unico messaggio, diventava prioritario ottimizzare la propria efficienza comunicativa trasmettendo messaggi creati *ad hoc*, pensati secondo le esigenze, le preferenze, le abitudini, l’estrazione sociale e la personalità di ognuno, aumentando così le possibilità di un riscontro positivo.

Per fare ciò, era necessario trovare il modo di filtrare le informazioni, separando le inutili dalle utili ai fini della personalizzazione. Tra le prime ricerche in questa direzione si trovano quelle effettuate all’interno del Media Lab, presso l’MIT di Cambridge, che si proponevano di combinare le tecniche di evoluzione artificiale e di apprendimento automatico, con lo scopo di «sviluppare un sistema di filtraggio dell’informazione semi-automatico che si [adattasse] dinamicamente ai mutevoli interessi

dell'utente» (Sheth & Maes 1993: 345, traduzione mia). Applicate alle notizie di cronaca, tali ricerche erano promosse dal fondatore del Media Lab, Nicholas Negroponte, che immaginava un futuro in cui televisori intelligenti avrebbero saputo selezionare, per conto dello spettatore, il canale più rilevante rispetto alle sue preferenze, fra la miriade di emittenti private e di programmazioni che andavano via via emergendo. Ancor prima, nel 1990, la realizzazione di algoritmi analoghi, attraverso l'impiego della teoria cibernetica, era stata portata avanti allo Xerox PARC (Xerox Palo Alto Research Center), dove i ricercatori avevano creato Tapestry, un programma in grado di organizzare la posta elettronica filtrando i messaggi in base al *feedback* fornito dagli utenti.

Non trascorse molto tempo prima che ci si accorgesse del potenziale economico degli algoritmi per la personalizzazione. Tra il 1994 e il 1994, Ethan Zuckerman, che in seguito avrebbe ricoperto diversi incarichi all'MIT, si occupò di rendere economicamente redditizio il servizio di *web hosting* Tripod.com, sviluppando un sistema per l'analisi del contenuto delle pagine web e la loro associazione ad annunci pubblicitari pertinenti. Nascevano così la pubblicità contestuale e gli annunci *pop-up*. Anche Jeff Bezos, nel 1994, pensò di affidarsi all'intelligenza artificiale per suggerire nuove letture a chi avesse voluto acquistare libri sul suo negozio virtuale, Amazon.com, oggi il maggiore sito di *e-commerce* al mondo. È verosimile che il sistema di raccomandazione sia diventato ancor più efficiente da quando, nel 2013, Amazon si è impossessata di Goodreads, il sito di *social cataloging* librario più popolare, dove 90 milioni di appassionati<sup>6</sup> registrano minuziosamente le loro abitudini di lettura, compresa la percentuale di completamento di un libro non ancora terminato.

Con la comparsa del Web 2.0 e delle maggiori piattaforme, il marketing personalizzato è dunque divenuto la norma, generalizzando la raccolta indiscriminata dei dati personali e impiegandoli per il cosiddetto *behavioral retargeting*, la distribuzione e l'assegnazione degli annunci in base al precedente comportamento degli utenti. A occuparsi del recupero, dell'interpretazione e della gestione di questi dati, insieme a quelli che permettono la profilazione delle persone su basi sociodemografiche, sono le società di *information brokering*, che agiscono in veste di intermediari, accedendo alle informazioni riversate dagli utenti sul web e vendendole a terze parti, perlopiù imprese commerciali. Grazie alla mole spropositata di informazioni di cui è possibile entrare in

---

<sup>6</sup> Dato di [statista.com](https://tinyurl.com/jz8xc3rm) risalente al luglio 2019: <https://tinyurl.com/jz8xc3rm> URL consultato febbraio 2022.



possesso su internet, l'Acxiom, una delle aziende di punta del settore, qualche anno fa poteva vantare la disponibilità di circa 1.500 informazioni relative a ciascun individuo e ciò vale per il 96% delle famiglie americane, nonché per mezzo miliardo di persone nel mondo (Pariser 2012). Il flusso di dati e di transazioni economiche è enormemente intensificato dalla cosiddetta pubblicità programmatica, un sistema di messa all'asta degli spazi pubblicitari per cui questi vengono assegnati al miglior offerente da algoritmi specializzati e in tempo reale, secondo transazioni della durata di pochi millisecondi.

Ciononostante, le pratiche di personalizzazione non sono confinate alla vendita di prodotti di consumo o alle inserzioni pubblicitarie. Come si è visto, sin dagli inizi l'interesse dei ricercatori e dei promotori di queste tecnologie si era rivolto verso la stampa e l'industria dell'intrattenimento. Oggi, piattaforme per la riproduzione in streaming di filmati o musica, come YouTube o Spotify, ricorrono ad algoritmi per confezionare la loro offerta in base alle ricerche effettuate dai loro utenti, alle loro playlist, ai contenuti su cui soffermano maggiormente la loro attenzione rispetto a quelli che scartano rapidamente. In questo modo si tenta di incrementare e massimizzare il coinvolgimento degli utenti, ovvero il tempo che essi trascorrono attivamente sulla piattaforma, e conseguentemente la loro esposizione agli annunci o ai contenuti che permettono alle aziende di guadagnare. Google News, il servizio di aggregazione di notizie offerto da Google, mostra nella sua bacheca virtuale le notizie di interesse generale accanto a quelle selezionate in base agli argomenti di maggior interesse per il singolo utente. Le stesse testate giornalistiche, che ormai si affidano sempre di più al web che alla carta stampata, ricorrono invece all'analisi dei dati per dare maggior risalto alle notizie con cui i lettori interagiscono più spesso, rilanciandole e incrementandone la visibilità. In ciascuno di questi casi, ciò implica un'informazione e una produzione culturale sempre meno imperniata su linee editoriali più o meno autonome, e sempre più rivolte alla creazione di contenuti ideati e distribuiti assecondando le richieste e le aspettative del proprio pubblico. Queste prassi sono incoraggiate dalla non rivalità dei beni di tipo intellettuale<sup>7</sup> e rese necessarie dal carattere globale di internet, che ha provocato una

---

<sup>7</sup> Un bene non rivale è un bene la cui fruizione da parte di un soggetto non ne preclude la fruizione da parte di un altro. L'aumentare della domanda non incide dunque sulla disponibilità dell'offerta. Beni non rivali per eccellenza sono i beni immateriali o quei beni che possono essere riprodotti un numero indefinito di volte.

moltiplicazione virtualmente infinita dell'offerta di prodotti a basso costo e dei canali di distribuzione, ma anche un aumento esponenziale della concorrenza.

Date la loro posizione di supremazia economica e di avanguardia tecnologica, l'estensione dei loro bacini di utenza e la loro predisposizione ad essere utilizzate quotidianamente per la comunicazione e il tempo libero, le aziende che formano l'oligopolio tecnologico sono anche i soggetti che godono di maggiori vantaggi e possibilità nell'estrazione dei dati personali. Risultano particolarmente preminenti coloro i quali hanno puntato sull'integrazione verticale, sviluppando sotto il proprio marchio i prodotti più vari: computer portatili, tablet, smartphone, articoli per la domotica, media center, sistemi operativi per PC o per dispositivi mobili, browser, servizi di DNS, cloud computing, web analytics, piattaforme per il gaming o per lo streaming, app e servizi online per le più diverse necessità. A seconda dei prodotti offerti, una diffusione così capillare permette di accumulare informazioni da fonti disparate e di integrarle costruendo profili personali estremamente accurati: tra queste informazioni troviamo la posizione geografica, in base alla propria rete di connessione o ai dati GPS, la rubrica telefonica, il registro delle chiamate, i testi delle email, i suoni o le conversazioni captate dai microfoni installati nei dispositivi, i movimenti delle dita sui touch screen – compresi i testi digitati su tastiera – i metadati relativi alle immagini, i dati fisiologici – raccolti tramite smartwatch o sportwatch – i risultati di ricerca, i siti web visitati e i contenuti fruiti al loro interno – registrati grazie a DNS e cronologia.

Il maggiore successo in tale frangente è stato raggiunto da Google: l'azienda di Mountain View, infatti, si è occupata sin dagli esordi di raccogliere, organizzare e classificare informazione e, nel corso degli anni, si è diversificata enormemente. Secondo Pariser (2012), Google utilizzerebbe 57 indicatori, grazie ai quali, a partire dal 2009, personalizza anche i risultati restituiti dal proprio motore di ricerca. I social network come Facebook, invece, sfruttano il fatto che la loro stessa esistenza si basa sul desiderio delle persone di scambiare e condividere informazioni con la propria rete sociale.

Se ci focalizziamo sul traffico online, i metodi di tracciamento più diffusi sono di due ordini: il *cookie*, «un piccolo file di testo inviato come intestazione http dal server web al browser e immagazzinato sul terminale dell'utente, registrando i suoi movimenti online» (Smyrnaio 2018: 119, traduzione mia), e la *device fingerprinting*, che permette l'identificazione di un dispositivo connesso a internet tramite la raccolta di dati tecnici. A

loro volta, i *cookie* possono limitarsi a raccogliere informazioni per conto del sito visitato oppure possono essere *cookie* di terze parti, ossia fornire i dati anche ad altri soggetti, come agenzie pubblicitarie, società di *information brokering* o altri siti esterni. Alcuni di questi file sono particolarmente persistenti, come i *Local Shared Objects* (o *Flash cookie*) che, al contrario dei normali *cookie*, si rigenerano una volta eliminati; oppure quelli dalla maggiore capacità di memoria e durevolezza che sono stati introdotti dalla funzionalità Web Storage dell'HTML5, dopo che questo linguaggio di formattazione web ha sostituito Flash alla fine del 2020. Infine, il cosiddetto Evercookie rende deliberatamente difficile la sua cancellazione, disseminandosi nel terminale dell'utente in versioni diverse e rigenerando quelle che sono state eliminate. L'efficacia di questi strumenti risiede anche nella loro interazione sistematica e nella difficoltà che l'utente medio ha nel venire a conoscenza e nel comprenderne il funzionamento. Per quanto riguarda la *device fingerprinting*, i dati relativi al dispositivo lo identificano univocamente e sono conservati presso un server in remoto, rendendone impossibile l'eliminazione.

Accanto ai metodi di tracciamento e prelievo dei dati, sussistono altrettanti sistemi di raccomandazione escogitati dalle aziende per personalizzare l'esperienza del pubblico, facendo leva su un maggiore coinvolgimento e promuovendo un marketing mirato. Si è già visto come, a partire dal luglio 2010, Google News faccia seguire notizie personalizzate, in base a località e dati di navigazione, a quelle di respiro e interesse più ampi. Lo stesso algoritmo PageRank (che prende il suo nome da Larry Page, fondatore di Google insieme a Sergey Brin) stabilisce la rilevanza dei risultati restituiti dal motore di ricerca integrando segnali prodotti dalle attività online al numero di collegamenti ipertestuali che connettono fra loro i siti web.

Nel caso di Facebook, un'impostazione di default fa sì che i post di amici, pagine e gruppi appaiano nell'*home page* – il cosiddetto News Feed – dopo essere stati selezionati e ordinati da un algoritmo secondo la loro rilevanza per il singolo utente. Nel corso del tempo, Facebook ha apportato diverse modifiche al proprio algoritmo, introducendo nuove variabili per renderlo più efficiente, ma i criteri fondamentali in base ai quali i post vengono resi maggiormente visibili restano tre: l'affinità tra utenti o tra utenti e pagine, che viene quantificata in base al numero di interazioni e al tempo dedicato a uno specifico contatto o a una pagina particolare; il peso, ossia l'importanza assegnata da Facebook a certe tipologie di contenuti o di azioni rispetto ad altri; il tempo di

decadimento, per cui viene data la precedenza ai post più recenti, mentre quelli vecchi passano in secondo piano. Possiamo già notare come il fattore relativo al peso faccia sì che sia lo stesso Facebook a stabilire in precedenza quali contenuti debbano essere considerati particolarmente rilevanti. Oltre a ciò, l'elemento di novità assume una posizione di primo piano, imprimendo un'accelerazione al ritmo con cui i post si alternano e vengono assimilati. Similmente a Google News, anche la piattaforma di Zuckerberg ha tentato di trovare un equilibrio tra interazioni personali e interazioni globali, mettendo in evidenza nel proprio News Feed anche quei post che avessero ricevuto un numero considerevole di interazioni da parte della comunità di utenti. Di recente, inoltre, è stata offerta la possibilità di aggirare l'algoritmo selezionando pagine e contatti preferiti a cui dare maggiore rilevanza o scegliendo di disporre il proprio *feed* in ordine cronologico. Tuttavia, si è deciso di rendere l'utilizzo di queste opzioni particolarmente farraginoso, rendendo necessaria la ripetizione di queste scelte ogniqualvolta si acceda al sito.

Per concludere, alcuni fra gli esempi più emblematici del culto della rilevanza, nonché della corsa per accaparrarsi l'attenzione del pubblico, si ritrovano nei casi della radio online Pandora, delle playlist musicali create da Spotify o di Leanback, il servizio di ottimizzazione per TV fornito da YouTube tra 2010 e 2019. Ognuno di questi esempi riguarda un flusso di contenuti che viene costantemente modulato attraverso il *machine learning*. L'utente sceglie se ascoltare una traccia musicale o vedere un filmato, parzialmente o per intero, oppure di scartare a piè pari ciò che gli viene proposto: in ogni caso, l'algoritmo registra tutte le sue scelte e le interpreta per offrire un servizio che sia quanto più possibile a immagine e somiglianza dell'utente.

La diffusione delle pratiche viste sin qui fa il paio con una presenza online da parte di Big Tech altrettanto pervasiva. Accanto all'integrazione verticale e alle acquisizioni, infatti, l'estesa stipulazione di *partnership* con siti esterni ha consentito alle aziende dell'oligopolio di espandersi al di fuori dei propri confini e di asseverare ulteriormente il proprio dominio. Non solo è possibile registrarsi e accedere a svariati siti web usando le stesse credenziali dei propri account Apple, Facebook o Google, ma ogni tipo di link o contenuto audiovisivo è ormai facilmente pubblicabile sui social network tramite opzioni di condivisione integrate nei siti d'origine. Specularmente, Google e

Facebook hanno sviluppato i *widget* “+1”<sup>8</sup> e “Mi piace”, pulsanti collocati sui siti esterni attraverso i quali gli utenti possono segnalare sui social network il loro apprezzamento anche verso contenuti che non vi siano presenti direttamente.

In sintesi, di fronte alla natura reticolare del web, queste aziende hanno compreso in fretta che una strategia – per così dire – “isolazionista” sarebbe stata impensabile e che sarebbe stato molto più vantaggioso spingere la propria presenza ovunque fosse possibile, traendo reciproco giovamento dalla libera circolazione e dalla condivisione delle informazioni. Nel 2010, Facebook ha riassunto questa strategia con la calzante espressione «Facebook Everywhere». Da allora, il web 2.0 è divenuto sempre più integrato, fino ad assumere l’aspetto di una sorta di “protettorato” senza territorio, posto sotto l’egida degli attori di maggior peso. All’origine di ciò vi è un processo che vede, da un lato, un decentramento delle piattaforme, impegnate a stabilire nuovi presidi sparpagliando ovunque le proprie funzionalità e, dall’altro, un accentramento del potere decisionale e del profitto derivante dallo sfruttamento dei dati e dei contenuti prodotti da organizzazioni di varia natura, imprese e singoli utenti.

In virtù della loro propensione all’ubiquità e all’onniscienza, i membri dell’oligopolio rivestono per eccellenza il ruolo di infomediari. In tal senso, Smyrnaiois individua quattro caratteristiche fondamentali dell’infomediazione:

una posizione intermedia tra un’offerta e una domanda; uno strumento per selezionare l’informazione e stabilirne la priorità che comporti l’uso di algoritmi e interazioni sociali mediate in varia misura; la produzione di informazione aggregata in una forma editoriale, resa disponibile al grande pubblico attraverso piattaforme dedicate; infine, modelli aziendali che dipendano principalmente da commissioni e dall’utilizzo di dati raccolti dagli utenti a fini commerciali e pubblicitari (Smyrnaiois 2018: 88-89, traduzione mia).

Si realizza così un’«architettura organizzativa della visibilità» (Smyrnaiois 2018: 90, traduzione mia) che non solo favorisce l’emergere di alcune informazioni a discapito di altre, ma organizza, modula e promuove anche abitudini, modelli e valori. Tale regolazione dipende da fattori quali le proprietà fisiche dei dispositivi, il design delle interfacce e le logiche algoritmiche, che messi in relazione istituiscono un complesso di *affordances*, ossia un insieme di possibilità d’azione che delimitano l’attività degli utenti e al cui interno è possibile individuare azioni eseguibili più intuitivamente di altre. Per questo riteniamo che, quando si parla di infomediazione, il termine “informazione” vada

---

<sup>8</sup> Il pulsante “+1” è scomparso con la chiusura di Google+, il social network di Google, nel 2019.

considerato in senso ampio come tutto ciò che coinvolge una forma di comunicazione mediata dai mezzi informatici. Il potere di questa mediazione è tanto maggiore quanto essa viene presentata come disintermediazione: spesso, infatti, una retorica diffusa su internet vuole che gli utenti abbiano un accesso diretto ai contenuti messi a disposizione dai produttori, ma tale impressione è resa possibile soltanto dalla dissimulazione che vorrebbe rendere invisibili i nuovi intermediari, proprio nel momento in cui essi sono più presenti.

Con ciò non intendiamo suggerire che la totalità di internet possa essere ridotta al gruppo di aziende oligopolistiche e ai modelli che esse rappresentano: pratiche come il software *open source*, le comunità collaborative come Wikipedia o l'uso politico dei social che è stato fatto in occasione delle cosiddette primavere arabe sono solo alcuni degli esempi di come la rete, sin dalla sua infanzia, abbia potuto essere impiegata in modi alternativi rispetto a quelli diventati preminenti con la sua commercializzazione. Alcuni sistemi di decentralizzazione delle informazioni devono ancora essere esplorati su larga scala in tutte le loro potenzialità, come quelli fondati sulle strutture di tipo *blockchain* o come Solid, il progetto guidato dall'inventore del web Tim Berners-Lee; altre possibilità attendono ancora di essere scoperte. Tuttavia, il potere assunto da Big Tech rende necessario interrogarsi sugli effetti della pervasività dei suoi servizi, a maggior ragione se si pensa che essi hanno ormai raggiunto buona parte della popolazione mondiale.

Stando a statistiche risalenti al luglio 2021, 4,80 miliardi di persone nel mondo hanno accesso a internet, il che equivale al 60,9% della popolazione. Un utente trascorre in media 6 ore e 55 minuti al giorno utilizzando internet, di cui 2 ore e 24 minuti spesi sui social network. Questi ultimi contano 4,48 miliardi di utenti attivi e il 99% delle persone accede alle piattaforme attraverso il proprio smartphone.<sup>9</sup> Facebook risulta il social network più popolare, con 2,85 miliardi di utenti attivi<sup>10</sup> e, sebbene a partire dal 2018 il sito abbia conosciuto un'emorragia di giovani sotto i 25 anni in Europa e negli Stati Uniti (Franceschetti 2020: 26-27), il numero complessivo dei suoi iscritti non ha mai smesso di salire,<sup>11</sup> al punto che, fino a qualche anno fa, in alcuni Paesi come l'Indonesia o la Nigeria, molti arrivavano a identificare internet con Facebook (Mirani 2015). Inoltre, la defezione

---

<sup>9</sup> DataReportal, Digital Around the World <https://datareportal.com/global-digital-overview> URL consultato il 3 settembre 2021.

<sup>10</sup> statista.com <https://tinyurl.com/2nrtd2et> URL consultato il 3 settembre 2021.

<sup>11</sup> statista.com <https://tinyurl.com/nd4t54kp> URL consultato il 3 settembre 2021.

subita da Facebook non ha fatto altro che avvantaggiare altri social network, come TikTok, che si è visto particolarmente premiato dal pubblico adolescente (Stokel-Walker 2021). Si tratta, insomma, di numeri in continua ascesa, che segnalano la necessità di confrontarsi con il coinvolgimento assiduo della rete e dei suoi maggiori protagonisti in tutti gli aspetti più significativi della vita di ciascuno.

Quando capita di affrontare i problemi suscitati dalle pratiche di raccolta dati da parte di aziende e istituzioni, spesso ci si occupa delle infrazioni concernenti la *privacy* individuale e gli effetti nocivi che tali infrazioni possono avere sul corretto funzionamento degli ordinamenti politici di tipo democratico. Tra gli episodi più eclatanti, si può citare l'inchiesta congiunta svolta dal *Guardian* e dal *Washington Post* che, nel 2013, grazie all'aiuto dell'informatore Edward Snowden, ha svelato un'operazione di sorveglianza globale messa in atto da diverse agenzie di sicurezza, come la statunitense *National Security Agency (NSA)* e i britannici *Government Communications Headquarters (GCHQ)*. Le responsabilità delle multinazionali di internet hanno assunto particolare evidenza nel 2018, quando si è venuto a sapere che la società di consulenza Cambridge Analytica aveva sfruttato il proprio accesso alle informazioni personali di 87 milioni di utenti Facebook per bersagliare gli elettori indecisi con messaggi che favorissero la linea politica di Ted Cruz e Donald Trump, contribuendo al successo delle campagne elettorali dei due candidati repubblicani e, in ultima istanza, all'elezione di Trump alla carica di presidente. Recentemente, l'azienda israeliana NSO Group avrebbe messo al servizio di diversi governi autoritari il proprio *spyware* Pegasus, permettendo loro di infettare e mettere sotto sorveglianza i telefoni di attivisti, giornalisti, leader e avversari politici (Kirchgaessner et al. 2021).

Alla luce di queste controversie e delle problematiche soggiacenti, sono stati fatti alcuni tentativi sul piano istituzionale per regolamentare i flussi di dati personali, soprattutto per quanto riguarda il loro utilizzo a fini commerciali da parte di soggetti privati. Nel 2018 è entrato in vigore il *Regolamento generale sulla protezione dei dati (RGPD)*,<sup>12</sup> una normativa che si propone di uniformare la legislazione sul trattamento dei dati personali e sulla *privacy* all'interno dell'Unione Europea, garantendo ai cittadini il controllo sui propri dati e il diritto all'oblio, ossia la possibilità di richiedere che le proprie informazioni personali vengano cancellate. Da allora, i siti web che operano all'interno

---

<sup>12</sup> *Complete guide to GDPR compliance*, <https://gdpr.eu/> URL consultato febbraio 2022.

dell'UE hanno l'obbligo di informare i propri utenti sull'utilizzo che viene fatto dei loro dati, nonché di garantire loro l'opportunità di non concedere l'autorizzazione a tale utilizzo. Inoltre, stanno prendendo sempre più piede una serie di funzionalità, app, estensioni, browser e VPN che permettono di bloccare i *cookie* traccianti, gli annunci pubblicitari, la condivisione delle informazioni personali e, in generale, di navigare in forma più o meno anonima. Nello specifico, le estensioni per il blocco della pubblicità stanno riscuotendo un notevole successo e già nel 2015 erano state installate da 200 milioni di utenti (Smyrnaio 2018: 133). Ciononostante, l'ottemperanza alle normative vigenti non sempre viene praticata dalle pagine web, che possono cercare di aggirare i regolamenti, rendendo particolarmente verbosa l'esposizione delle condizioni di utilizzo o estremamente macchinose le operazioni da eseguire per negare il proprio consenso. Si spera così che l'utente, già di per sé poco paziente nei confronti dei cavilli che tendono a rallentare il ritmo della navigazione, desista dal prendere qualunque scelta che possa danneggiare economicamente la proprietà del sito. Secondo NOYB, un'organizzazione *non profit* che si occupa di assicurare l'applicazione dell'RGPD e la tutela della *privacy*, su 500 siti in cui sono state riscontrate irregolarità, il 90% rendeva optare per un rifiuto più difficile rispetto all'assenso ("noyb aims to end 'cookie banner terror' and issues more than 500 GDPR complaints," 2021).

Vale la pena notare come, anche nel caso in cui venissero garantite una trasparenza assoluta e una scelta netta, in fin dei conti la principale responsabilità resterebbe pur sempre appannaggio dei singoli utenti. Tali normative, infatti, non scalfiscono minimamente la logica di fondo che struttura la rete e ne regola il funzionamento in quanto terreno predisposto alle attività economiche. Per queste ragioni, pur riconoscendo l'importanza delle questioni relative alla *privacy* e all'uso democratico delle tecnologie informatiche, riteniamo altrettanto significativo indagare sul modo in cui tali tecnologie, plasmate secondo i propositi e gli interessi di cui ci siamo finora occupati, facciano leva a loro volta su certe dinamiche psicologiche e sociali, contribuendo a precisare identità, relazioni, visioni del mondo.



### 3. Effetti sociali e culturali dell'infomediazione

Il primo aspetto di cui vorremmo occuparci è di carattere conoscitivo e riguarda l'impatto che le tecnologie informatiche hanno nella formazione di una relazione tra soggetto e mondo. In particolare, ci soffermeremo su come l'infomediazione algoritmica assuma un ruolo quanto mai rilevante nella derivazione di una peculiare forma di conoscenza, intesa come la possibilità per gli individui di entrare in relazione con la realtà e renderla intellegibile tramite la sua strutturazione concettuale.

A questo proposito, negli ultimi anni è invalsa nel linguaggio mediatico l'espressione *echo chamber* (camera dell'eco), che sta a indicare un ambiente chiuso all'interno del quale le persone verrebbero esposte quasi esclusivamente a informazioni tese a confermare le proprie convinzioni e i propri sistemi valoriali, senza una presenza significativa di posizioni contrastanti che conferiscano allo scenario un aspetto più complesso e denso di sfumature. Rispetto a questa espressione, vorremmo mettere in maggiore evidenza quella di *filter bubble* (bolla dei filtri), coniata da Eli Pariser (2011), il quale sottolinea come tale fenomeno, che sarebbe particolarmente diffuso su internet, dipenda da un processo di filtraggio delle informazioni che ne lascerebbe trasparire solo una parte, sacrificandone un'altra ben più consistente. Secondo Pariser, tale selezione avviene perlopiù in forma automatizzata, grazie all'impiego di algoritmi dedicati progettati dai social network o da servizi come Google News, e si basa sulla logica della personalizzazione dei contenuti, a sua volta dettata dalla volontà di garantire il massimo coinvolgimento degli utenti e la conversione di tale coinvolgimento in profitto. Un sistema di questo tipo fa leva sui cosiddetti *bias* di conferma, ossia sulla tendenza da parte delle persone a privilegiare quelle informazioni che avvalorino conoscenze pregresse, nel tempo consolidate in credenze e divenute garanti di una rassicurante coerenza tra la propria identità e il mondo esterno. Nel caso della *filter bubble*, essa è resa ancor più rigida e impermeabile dalla natura invisibile e impersonale degli algoritmi, i quali ne dissimulano la parzialità trasformandola in un'apparenza di neutralità e obiettività. Concentrandosi sui media giornalistici, Pariser osserva come l'ascesa dell'informazione automatizzata e personalizzata sia avvenuta parallelamente al declino di autorevolezza che ha colpito gli organi di informazione tradizionali, a cui avrebbe contribuito anche il successo di internet. La moltiplicazione delle voci sulla scena pubblica ha promosso

l'orizzontalità e la democratizzazione del sapere, consentendo a chiunque di proporsi quale fonte d'informazione, al pari delle più affermate riviste scientifiche o testate giornalistiche, e scompaginando in tal modo gerarchie consolidate da tempo. Tuttavia, ciò ha anche provocato una crisi epistemologica profonda e diffusa, a cui si è reagito su due livelli convergenti: da un lato, gli individui hanno fatto sempre più affidamento sulle proprie reti di conoscenti e amici per ottenere informazioni reputate attendibili, barattando un'autorevolezza di carattere ufficiale con quella fondata sull'affinità tipica dei legami affettivi e personali; dall'altro, le aziende si sono premurate di fornire gli strumenti informatici che permettessero agli utenti di districarsi nella selva di notizie e opinioni senza doverci confrontare in prima persona. La convergenza tra questi due livelli è data dal fatto che gli algoritmi dei social network come Facebook conferiscono rilevanza maggiore alle informazioni pubblicate dagli utenti con cui si interagisce di più, che presumibilmente sono amici rispetto ai quali si ha un maggior grado di affinità. Inoltre, tra queste informazioni già di per sé accondiscendenti, viene operata un'ulteriore cernita, privilegiando quelle che coincidono con i propri interessi e le proprie idee. Oltre a quelle che rispondono alle nostre preferenze, a essere favorite sono anche le notizie in grado di provocare reazioni emotive, non necessariamente di genere positivo, ma anche rabbia, invidia, indignazione. Sotto questo aspetto, i media online non si distinguono troppo dai vecchi media di massa, e il tentativo di incrementare la partecipazione degli utenti tramite trovate sensazionalistiche può far passare in secondo piano, se non omettere completamente, questioni di minore impatto emotivo ma di maggiore rilevanza pubblica.

È necessario precisare che non esiste un consenso unanime in merito all'entità di fenomeni quali *echo chambers* e *filter bubbles*, a causa delle difficoltà incontrate nell'individuare metodologie d'indagine che conducano a risultati esaustivi e privi di ambiguità. Alcuni ricercatori hanno ridimensionato il ruolo che algoritmi e social media avrebbero nel favorire la segregazione ideologica degli utenti, attribuendo maggior peso alle scelte individuali (Bakshy et al. 2015), ad aspetti eminentemente sociali (Colleoni et al. 2014), o persino negando un legame di tipo causale tra internet e polarizzazione politica, la quale sarebbe riscontrabile principalmente nelle fasce di popolazione più anziane e quindi meno avvezze all'uso dei mezzi informatici (Boxell et al. 2017). Altri si sono concentrati sulle abitudini di lettura e navigazione, sottolineando come, sebbene gli articoli reperibili su social media e motori di ricerca sarebbero distribuiti secondo un

minor grado di trasversalità politica, buona parte degli utenti si informerebbe accedendo direttamente ai siti di notizie, perlopiù mainstream, secondo modalità non molto differenti da quanto avviene solitamente offline (Flaxman et al. 2016). Facciamo notare come tali conclusioni presuppongano che le testate giornalistiche più popolari e riconosciute siano, per loro natura, dimora di un maggiore pluralismo, fatto su cui non tutti concordano. Recentemente, infine, sono state osservate differenze nel grado di omofilia degli utenti a seconda delle diverse piattaforme: l'aggregazione in gruppi ideologicamente omogenei sarebbe maggiore in quei social network che non permettono agli utenti di intervenire attivamente variando il funzionamento dell'algoritmo, come Facebook e Twitter, mentre diminuirebbe nei siti in cui sussiste questa possibilità, come nel caso di Reddit (Cinelli et al. 2021).

Nonostante la difficoltà nel trarre conclusioni definitive, nel corso degli anni si sono levate diverse voci a sostegno dell'idea secondo cui, ben lungi dal porle un freno, il web favorirebbe l'esposizione a posizioni diverse e avverse rispetto alle proprie, se non altro più di quanto non avverrebbe informandosi esclusivamente offline. Ciò sarebbe dovuto alla capacità di internet di moltiplicare e amplificare i legami sociali deboli, ossia i rapporti affettivamente poco significativi (Granovetter 1973), con persone la cui collocazione – geografica, sociale o culturale – normalmente ci precluderebbe ogni tipo di contatto. Questa esposizione promuoverebbe la moderazione politica e ridurrebbe la polarizzazione di massa (Barberà 2014). In risposta a questo assunto, appare particolarmente interessante la prospettiva adottata da Julia Kamin (2019), già assistente di Eli Pariser. Contrariamente a quest'ultimo, Kamin riconosce come i social media contribuiscano a una distribuzione delle informazioni più diversificata rispetto alla propria rete di amici e osserva come anche gli individui politicamente più schierati condividano in media circa il 20% di articoli non allineati con le proprie idee. Ciononostante, tali articoli provengono perlopiù da frange estreme degli schieramenti opposti e in genere condividono tre caratteristiche fondamentali: sostengono dogmaticamente convinzioni di parte; attirano gli utenti stimolando la loro emotività, piuttosto che coinvolgerli su un piano razionale; alimentano la discordia e le dinamiche identitarie di tipo tribale. Se ne deduce che, di per sé, l'esposizione a punti di vista diversi non favorisce automaticamente il dialogo, la moderazione e la messa in questione dei propri principi ma, in assenza di una comune apertura all'ascolto e al confronto reciproci,

può invece produrre l'effetto opposto. Molti, infatti, si irrigidiscono sulle proprie posizioni una volta a contatto con quelle altrui, traendo conclusioni sui propri avversari politici o, in generale, sui propri interlocutori, a conferma degli stereotipi negativi che essi hanno nei loro riguardi. Si potrebbe pensare che le cause all'origine di questo problema siano da rintracciare all'interno di dinamiche sociali e psicologiche che poco hanno a che vedere con il medium che le ospita. Tuttavia, abbiamo ragione di credere che tali dinamiche siano innescate, da un lato, dalla deliberata sollecitazione dell'emotività di cui abbiamo già detto e, dall'altro, dalle modalità secondo cui avviene la comunicazione mediata dai dispositivi digitali, di cui tratteremo più avanti in maniera estesa.<sup>13</sup>

Prima di passare a questioni di carattere psicologico e identitario, vorremmo soffermarci sui meccanismi automatici di selezione e personalizzazione applicati al consumo di prodotti culturali quali musica, film, serie televisive e affini. Per far ciò, ci concentreremo sul servizio offerto da Spotify, in quanto azienda di maggior successo nel campo dello streaming musicale ed esempio paradigmatico delle prassi adottate nel settore dell'intrattenimento online. Se per quanto riguarda l'informazione giornalistica e il dibattito politico in rete permangono dubbi considerevoli in merito alla portata di *echo chambers* e *filter bubbles*, quando si passa a esaminare le piattaforme che permettono accesso e fruizione di contenuti audiovisivi tali dubbi sembrano venir meno.

In modo non dissimile da quanto avviene per gli aggregatori di notizie o i motori di ricerca, Spotify si presenta come una piattaforma che consente l'accesso a un panorama sterminato di brani musicali e, allo stesso tempo, si assume l'onere di vagliare per conto dell'ascoltatore un insieme così ampio ed eterogeneo da risultare soverchiante. Si tratta quindi di un servizio di scoperta di contenuti, qual è il caso di buona parte delle applicazioni e dei siti web di questo genere. Secondo il musicologo Asher Tobin Chodos, «Spotify non è semplicemente un luogo in cui andare per sentire la musica che si vuole, ma un luogo dove *apprendere* ciò che si vuole» (Chodos 2019: 37, traduzione mia). Presso The Echo Nest, azienda specializzata nell'IA in campo musicale che Spotify ha acquistato nel 2014, la stessa posizione riecheggia nelle parole dello sviluppatore Paul Lamere:

---

<sup>13</sup> Durante la stesura di questa tesi, la polemica relativa alla divisività dei social network è salita alla ribalta nel dibattito pubblico, in seguito alla testimonianza di Frances Haugen, ex dipendente di Facebook. Per approfondimenti si veda, ad esempio: Whistleblower: Facebook is misleading the public on progress against hate speech, violence, misinformation. (2021, 4 ottobre). *60 Minutes*. URL consultato febbraio 2022: <https://tinyurl.com/cu78x8c>.

Credo che la mia massima aspirazione sia questo lettore musicale magico che sa automaticamente ciò che vuoi ascoltare. Perciò, invece di dover rovistare fra milioni di canzoni per farti un'idea di quel che vuoi sentire, premi semplicemente un tasto e viene riprodotta la canzone giusta per te in base al contesto, al tuo umore, a dove ti trovi o a cosa stai facendo, senza che tu debba pensarci (citato in Krukowski 2019: 99-100, traduzione mia).

Tale proposito, non di poco conto, suggerisce l'idea di un programma capace di conoscere i desideri degli utenti prima e meglio di quanto essi non siano in grado di fare. *Si parva licet*, torna alla mente l'espressione con cui Agostino si rivolgeva a dio: *interior intimo meo*. Un algoritmo di questo tipo sarebbe dunque più intimo a noi di noi stessi, al pari della divinità ma con maggiore efficienza. Per conseguire questi risultati, Spotify osserva, registra e organizza il comportamento dei suoi utenti, con lo scopo di perfezionare la propria offerta di ascolti personalizzati e rendere così più piacevole – e longeva – l'interazione del pubblico con il servizio, secondo quelle che sono ormai prassi consolidate tra le aziende commerciali su internet.

Come evidenza giustamente Chodos (2019), un approccio algoritmico all'esperienza musicale ha inevitabilmente delle ripercussioni sul significato che viene attribuito alla musica stessa. Nella dissertazione in cui vengono esposti i principi teorici alla base di The Echo Nest, il suo cofondatore Brian Whitman individua il significato musicale come elemento che si colloca sostanzialmente al di fuori del segnale audio, ossia in ambito culturale. Al di là della preminenza che sulla carta viene conferita all'aspetto culturale rispetto a quello formale, il vero significato di cui viene investita la musica su Spotify scaturisce non tanto dalle disquisizioni teoriche di Whitman, quanto dal metodo epistemologico che caratterizza tipicamente l'apprendimento automatico, basato sul concetto di intelligenza emergente. Tale concetto prevede che senso e conoscenza non siano da ricercare in teorizzazioni astratte o a partire da ipotesi preliminari da sottoporre a verifiche sperimentali, ma debbano emergere, quasi autonomamente, attraverso la raccolta di un gran numero di dati, la cui quantità permetterebbe di convertirli in informazioni,<sup>14</sup> cioè modelli la cui stabilità nel tempo sia sufficientemente elevata da permettere di utilizzarli a scopo predittivo. Questo metodo, attuato rispetto alle abitudini di ascolto musicale come a qualsiasi altro comportamento umano, non può prescindere

---

<sup>14</sup> Qui intendiamo il termine "informazione" come lo concepisce Norbert Wiener, fondatore della cibernetica. Questa disciplina, tra le altre cose, ha fornito le basi per lo sviluppo della scienza dei dati. «L'informazione (...) dev'essere in qualche modo la misura della regolarità di un modello e particolarmente di quei tipi di modelli conosciuti come *serie temporali*. Con questo termine intendo un modello le cui parti componenti si sviluppano nel tempo» (Wiener 1966: 20). E ancora: «allo stesso modo in cui l'entropia è una misura di disordine, così l'informazione è una misura di ordine» (Wiener 1966: 146).

dall'idea che le persone – intese sia individualmente che collettivamente – possano essere viste come sistemi fondamentalmente coerenti e costanti, pena l'efficacia e la riproducibilità dei modelli predittivi. Ne consegue un'inevitabile semplificazione e standardizzazione che, nel caso di Spotify, rendono il significato della musica, più che culturale, meramente contestuale e funzionale. Del resto, non potrebbe essere diversamente, dato che, come sottolinea Chodos, tutti questi espedienti tecnici, tesi a rendere la scoperta musicale sistematica e programmabile, nascono dalla necessità di creare un modello commerciale competitivo e in grado di imbrigliare fruttuosamente un mercato di per sé frammentario e instabile come quello musicale.

Queste osservazioni prendono consistenza una volta esaminata l'interfaccia grafica di Spotify: che si tratti dei risultati di una particolare ricerca o delle playlist che appaiono “in vetrina” ogniqualvolta si visita la piattaforma, il servizio propone una serie di accattivanti *hub* all'interno dei quali la musica è selezionata per assecondare il nostro umore o per accompagnare le attività in cui siamo impegnati in un momento specifico. Si tratta di una musica concepita come «colonna sonora della propria vita», secondo il linguaggio pubblicitario dell'azienda, o più prosaicamente, come sottofondo da ascoltare distrattamente mentre si studia, si cucina, ci si allena, o ancora quando ci si vuole rilassare, entusiasmare o deprimere. Tuttavia, in tal modo tutta la musica tende a essere considerata essenzialmente come *muzak*, la musica ordinaria e scialba che si è soliti ascoltare – o meglio, sentire – negli ascensori, negli aeroporti o nei supermercati. In breve, una musica che diviene tanto anonima quanto i nonluoghi in cui risuona e che esiste soltanto per essere messa al servizio di necessità extramusicali.

Anche nel caso in cui i brani vengano raggruppati per genere, tale termine assume un significato che non è racchiuso principalmente negli elementi formali che i brani in questione condividono, ma vuole evocare uno scenario vagamente culturale, abbastanza ampio da essere allettante per un numero considerevole di utenti e abbastanza definito da essere facilmente riconoscibile. Lo stesso si dica per una quantità di playlist che vengono confezionate riferendosi a movimenti sociopolitici di attualità. A questo proposito, vale la pena soffermarsi sulle componenti *social* di una piattaforma come Spotify. Per quanto siano relativamente ridotte, esse permettono di tenere traccia degli ascolti e delle attività dei propri contatti e si propagano al di fuori del servizio grazie all'integrazione tra Spotify e Facebook. Sottoposta a un processo di funzionalizzazione e standardizzazione, la

musica è così approntata a un consumo estetizzante che ne appiattisce la portata culturale. I fondamenti estetici ed etici da cui le culture musicali traggono complessità e forza creativa vengono infatti inibiti, stereotipati e resi disponibili a diventare un'impiallacciatura della propria personalità, un elemento fra i tanti che compongono il proprio profilo e che, in questo caso, permettono di presentarsi alla propria cerchia di amici e conoscenti associando se stessi a uno stile socialmente canonizzato. In linea di principio, la condivisione di preferenze e abitudini musicali dovrebbe permettere a una gran varietà di artisti e sonorità di raggiungere un maggior numero di persone, arricchendo l'esperienza di ognuno e ampliandone gli orizzonti, ma quando ciò accade su Facebook o su altri social network, tale circolazione è limitata dalla propensione delle piattaforme a consolidare reti sociali già di per sé costruite più sull'affinità che sulla diversità.

A fronte di queste osservazioni, la pretesa da parte di servizi come Spotify di essere luoghi in cui scoprire ed esplorare inizia a sembrare considerevolmente compromessa, specialmente se si confrontano l'eterogeneità dei contenuti proposti e il loro effettivo impatto sugli utenti. Infatti, come accade con l'informazione, l'accesso gratuito a cataloghi virtualmente illimitati favorisce di per sé l'esposizione a una maggiore quantità e varietà di musica, soprattutto nel caso di chi normalmente sarebbe attratto soltanto dai prodotti più in vista e di maggiore successo commerciale. Pur subendo una leggera flessione nel lungo periodo, i consumi musicali aumentano la loro frequenza una volta che le persone iniziano a utilizzare Spotify. Tuttavia, gli ascolti ripetuti di nuovi artisti e nuovi brani diminuiscono, perciò sono pochi i casi in cui queste novità hanno un effetto tale da inserirsi stabilmente nell'immaginario culturale dell'ascoltatore (Datta et al. 2016). Si profila dunque una fruizione musicale concepita come un buffet, dove è possibile gustare i più svariati sapori un boccone alla volta, ma restando sempre in piedi, in modo da poter passare velocemente all'assaggio successivo. Inoltre, spesso si tratta di sapori edulcorati: se è ragionevole supporre che melomani e appassionati andrebbero alla ricerca di nuova musica anche in assenza di un sistema di raccomandazione automatico, alla grande maggioranza di ascoltatori occasionali o di persone non particolarmente interessate alla musica verranno proposte novità inoffensive, che non si discostino troppo dalle sonorità in voga e siano facilmente assimilabili al già noto (Celma 2010; McCaffery 2016). In altre parole, la spinta verso l'esplorazione e la curiosità si fa più flebile proprio

nei riguardi di coloro che dovrebbero essere incoraggiati con più forza. Ciò rende palese la contraddizione insanabile che sussiste tra servizi che si proclamano votati alla scoperta e la nozione di rilevanza su cui questi stessi servizi fondano la loro ossatura algoritmica. Lo stesso concetto di rilevanza esibisce tutti i suoi limiti nel momento in cui qualcosa è considerato tanto più rilevante quanto più assomiglia al preesistente. Si tratta, in fin dei conti, del conflitto tra un ordine culturale, improntato all'originalità creativa e nutrito dal desiderio di novità degli individui, e un ordine economico, che trae beneficio dal rifiuto dell'indeterminatezza e dal carattere confortante della ripetizione.

Un ultimo aspetto da prendere in esame riguarda il risalto dato alla personalizzazione. Questa viene spesso impiegata per tracciare una divisione netta fra i nuovi media incentrati su internet, che si metterebbero al servizio dell'individualità impegnandosi a rispecchiare la personalità e i desideri di ciascuno, e gli ormai classici *mass media*, che invece veicolavano una visione centralistica e paternalista di cultura, tesa a promuovere su larga scala gli stessi prodotti, concepiti, realizzati e distribuiti da un gruppo ristretto di attori e mediatori culturali. In realtà, una disamina più attenta rivela come i due modelli non si escludano necessariamente e come elementi di entrambi possano coesistere anche in un ambiente apparentemente segmentato come il web. Si è già visto come nuovi e vecchi media facciano ampio ricorso al sensazionalismo per attirare il pubblico, facendo leva sulla sua emotività. Ciò dipende dal fatto che editori e produttori di contenuti online, proprio come avviene per radio, stampa e reti televisive private, fanno spesso affidamento sugli inserzionisti per finanziare le proprie attività e cercano quindi di ampliare il più possibile il proprio pubblico anche in un regime di marketing personalizzato. Il sensazionalismo su internet può prendere la forma del cosiddetto *clickbait*, il tentativo di adescare l'utenza inducendola a cliccare su un contenuto mediante l'utilizzo di titoli o immagini eclatanti, che solletichino curiosità spicciole e morbose o promettano particolari rivelazioni che in genere vengono puntualmente disattese. Un'altra strategia messa in campo è quella che si propone di volgere a proprio vantaggio il funzionamento degli algoritmi, inserendo nei propri contenuti parole chiave che hanno un'alta probabilità di essere digitate dagli utenti nei motori di ricerca o confezionando prodotti *ad hoc* in conformità a quelli che sono gli argomenti di maggiore interesse per il pubblico (Pariser 2012). Un aumento degli accessi ai propri post, articoli, video o pagine si traduce in maggiori introiti derivanti dalla



pubblicità, ma anche nella tendenza a «una certa omogeneizzazione degli argomenti trattati e delle cornici discorsive adottate» (Smyrnaio 2018: 136, traduzione mia). Simili criteri valgono anche nel caso di produzioni dal carattere più strettamente artistico e culturale. Tornando all'esempio di Spotify, l'intesa tra nuovi e vecchi *gatekeeper* balza facilmente all'occhio quando si raggiungono posizioni di dominio commerciale che incoraggiano la diffusione di vecchie pratiche. Negli ultimi anni, la supremazia di Spotify nel campo dello streaming musicale ha fatto sorgere preoccupazioni relative alla possibilità che le *major*, le principali etichette discografiche, approfittassero del proprio peso economico affinché i loro artisti fossero maggiormente esposti all'interno delle playlist curate dalla piattaforma. Significativamente, questa attività ha preso il nome di *playola*, termine ricalcato su *payola*, i compensi che i direttori radiofonici ricevevano dalle stesse etichette per trasmettere con maggiore frequenza i singoli che queste intendevano promuovere (Chodos 2019: 42). Se gli aspetti più tipicamente *social* di Spotify rischiano di incrementare la circolazione di musica già nota e apprezzata all'interno di comunità che hanno nell'omofilia la loro principale ragion d'essere, pratiche commerciali come la *playola* inficiano ulteriormente l'affermarsi di una pluralità di voci, agevolando invece la massificazione.

Quando si tratta di omologazione culturale, tuttavia, la questione non si limita agli espedienti appena esposti, e non influenza soltanto aspetti formali e contenutistici di ciò che viene offerto su internet. Infatti, se la feroce lotta per la visibilità induce molti autori ad abbracciare le mode del momento, generando una mole immensa di contenuti mediocri e pressoché indistinguibili l'uno dall'altro, è pur vero che la prodigiosa capacità di penetrazione della logica economica delle piattaforme promette a chiunque la possibilità di ritagliarsi una propria nicchia di mercato, fintantoché essa risulti sufficientemente remunerativa. Ciò non toglie che la pressione esercitata dalla competizione interna a un ambiente così affollato resti estremamente forte, cosicché fra gli artisti prevale la tendenza a concentrarsi sulla creazione di una narrazione o di una personalità carismatica, che conferisca alla propria opera un'aura di seduzione e generi nel pubblico processi identificativi e proiettivi. A tale scopo, per coloro i quali non dispongono del supporto promozionale garantito da una *major* e propongono opere poco convenzionali, diventa necessario dedicare buona parte del proprio tempo a quelle che sono a tutti gli effetti attività di *public relations*, che poco o nulla hanno a che vedere con la creazione artistica.

Quanto visto finora ha ripercussioni sia sul piano culturale, sia su quello individuale, che distinguiamo pur tenendo ben presente come essi siano fortemente interdipendenti. Da un lato, estrapolando le opere dal loro contesto culturale e sociale di riferimento, i servizi online le rendono disponibili a un pubblico globale, favorendo contatti e ibridazioni interculturali. Allo stesso tempo, però, la virtualità conferita a tali opere si traduce in un'astrazione che le priva parzialmente della componente più vitale della loro identità e tende a relegarle nella categoria indifferenziata e anonima di "prodotti", con l'effetto di depotenziare anche gli eventuali incontri tra culture distanti, sia dal punto di vista geografico che da quello temporale. La dimensione temporale risulta infatti particolarmente significativa. Se l'appiattimento storico subito dagli oggetti culturali li rende incapaci di entrare in dialogo con il presente quali membri di una tradizione, la frenesia che accompagna il consumo compulsivo e bulimico delle nuove produzioni, incoraggiata dalle dinamiche delle piattaforme e dalla stessa facilità di accesso, impedisce a quest'ultime di sedimentarsi nell'immaginario collettivo e di dar vita a nuovi filoni culturali. Dal punto di vista della fruizione individuale, abbiamo visto come le discipline artistiche – e nella fattispecie la musica – vengano perlopiù rese inerti, private delle proprie peculiarità per essere asservite a necessità di ordine pratico e funzionale, ridotte a feticci identitari o sminuite dall'enfasi posta sulla loro spettacolarizzazione. A ciò si somma il livellamento uniformante a cui è sottoposto il consumo di massa, che la personalizzazione dei contenuti è ben lungi dallo scongiurare. A farne le spese, passando in secondo piano o uscendo completamente di scena, è la capacità di significazione del fatto artistico in quanto tale, il suo saper essere origine o elemento fondamentale di un'esperienza. Questa non può essere ridotta alla ripetizione stereotipica della routine quotidiana, a cui poter associare il palliativo di una colonna sonora, ma dev'essere piuttosto pensata nella sua eccellenza irripetibile, di cui il fatto artistico costituisce una parte integrante e necessaria. Così intese, l'arte o la conoscenza conservano la possibilità di avere un ruolo rilevante e formativo nell'esistenza di chi le esperisce, che diversamente viene meno.

La circolazione delle idee, piegata alla volontà di suscitare reazioni banalmente emotive, non incoraggia l'esercizio del pensiero, ma cristallizza le posizioni dei singoli in opinioni parziali e inadeguate, impedendo loro di ampliare la propria comprensione del mondo e poter quindi agire anziché reagire. Ugualmente, un'arte e una cultura ridotte a

funzioni accessorie o a patrimonio museale, a cui attingere fintantoché è ancora possibile trarne profitto, vedono diminuite le loro potenzialità nell'amplificare creativamente le facoltà percettive, arricchendo la nostra esperienza sensibile, ossia la porosità di quella soglia che, allo stesso tempo, separa e unisce noi stessi e il mondo.



## 4. Internet e costrutti identitari

Passiamo ora a prendere in esame la costituzione dell'identità individuale in riferimento alla mediazione di internet e dei dispositivi digitali. Il principio fondamentale su cui vuole basarsi la nostra riflessione è quello di rappresentazione. In un classico della sociologia, Erving Goffman (1969) osservava come tutte le interazioni sociali che avvengono quotidianamente possano essere lette attraverso le lenti della messa in scena teatrale, pensando agli individui come ad attori che indossano maschere – ossia delle *personae* – e ricoprono ruoli nel momento in cui devono relazionarsi con altri. Seguendo il canovaccio da cui si sviluppa l'improvvisazione della comunicazione abituale, le persone cercano di carpire informazioni dai propri interlocutori, deducendole dai segnali che essi inviano loro sia consciamente (principalmente quelli verbali) che inconsciamente (per esempio, quelli legati alla gestualità); a loro volta, esse tentano di fornire un'impressione che le ponga nella posizione privilegiata di poter definire la situazione a proprio vantaggio e controllare favorevolmente le reazioni altrui. L'alternarsi di botta e risposta che costituisce il ritmo della comunicazione porta a continue rinegoziazioni. Nel suo insieme, questo gioco delle parti si basa sul mantenimento di un fragile equilibrio tra un esercizio ermeneutico, teso allo svelamento delle intenzioni e disposizioni altrui, e la fiducia riposta nel fatto che la rappresentazione che gli altri forniscono di sé sia fondamentalmente veritiera, ossia che essi dicano di essere ciò che effettivamente sono. Tale fiducia, motivata da una necessità più che da una fede cieca, serve a garantire che un individuo riceva un trattamento sociale appropriato, in base all'impressione che egli ha prodotto. Inoltre, per consolidare questa fiducia e facilitare i rapporti sociali, a essere inscenata è anche una considerevole semplificazione del sé, per cui si costituisce un'apparente coerenza laddove sussistono desideri, pulsioni e sentimenti contrastanti, e si opera una sorta di “segregazione del pubblico” (Goffman 1969: 67-68), presentando parti diverse di se stessi a seconda dell'ambito in cui ci si trova e delle persone a cui ci si rivolge.

Goffman scriveva negli anni Cinquanta del Novecento, ossia in un momento in cui la forte crescita della classe media era accompagnata dalla diffusione delle sue convenzioni sociali, e si basava su indagini compiute nel Regno Unito, un Paese che tradizionalmente ha molto insistito su una formalizzazione dei rapporti. Tale punto di

osservazione privilegiato deve avergli permesso di individuare fenomeni particolarmente evidenti in un contesto simile, ma abbastanza generali da prescindere dalla loro collocazione spazio-temporale e riguardare la società nel suo complesso. Riportati all'oggi e sottoposti agli effetti dei *new media*, questi fenomeni appaiono accentuati per certi aspetti e modificati per altri. Una differenza sostanziale è subito riscontrabile nel fatto che gli studi di Goffman riguardavano interazioni faccia a faccia, in cui la rappresentazione di sé era ancorata alla compresenza fisica degli interlocutori, mentre internet costituisce un ambiente in cui questo non è più il caso. Ciò comporta un gran ridimensionamento di quei segnali legati alla corporeità che, pur prestandosi all'interpretazione, risultano tuttavia meno sorvegliati e soggetti all'autocontrollo, come gli sguardi, la mimica, il tono di voce o la postura. Tale caratteristica, unita alla frequente asincronia delle comunicazioni, permette di esercitare un maggiore controllo sulla propria rappresentazione, curando scrupolosamente ogni dettaglio per dare di sé un'impressione il più vicina possibile alle proprie intenzioni.

Un esempio particolarmente calzante ci è fornito da Baron (2008) che, studiando le interazioni attraverso i programmi di messaggistica istantanea, osserva come sia possibile mettere a punto la propria immagine anche attraverso i messaggi di assenza, ossia quelle brevi frasi che, in linea di principio, dovrebbero servire soltanto a segnalare il fatto di essersi allontanati dal computer e di non essere quindi immediatamente disponibili all'interazione. In realtà, gli utenti utilizzano questi messaggi anche per esprimere un lato della propria personalità che possa risultare particolarmente attraente, ad esempio ricorrendo all'umorismo e all'ironia, oppure per esibire attività, hobby e relazioni che conferiscano loro un certo prestigio. Si assiste dunque al paradosso per cui, anche ribadendo un doppio grado di assenza, sia fisica che virtuale, è possibile asserire la propria presenza attirando l'attenzione degli altri su di sé.

Naturalmente, gli strumenti al servizio della messa in scena di sé su internet vanno ben oltre i messaggi di assenza. È stato osservato come anche i *nickname*, gli pseudonimi usati online, possano veicolare informazioni personali riguardanti l'età, la collocazione geografica, il nome proprio, alcuni tratti caratteriali (Cantelmi et al. 2010: 65), oppure contengano giochi di parole finalizzati a colpire l'attenzione. Tuttavia, le immagini presentano un'incisività decisamente maggiore, grazie alla loro capacità di rendere direttamente percepibile ai sensi rappresentazioni che, in tal modo, possono dispiegare

appieno la loro carica seduttiva. Mettendo a confronto l'autoritratto pittorico con i *selfie*, le foto in cui le persone si ritraggono grazie ai propri smartphone, Barbieri (2020) riscontra in entrambi componenti esibizionistiche e narcisistiche, date dalla consapevolezza di essere oggetto dello sguardo altrui. Da questa consapevolezza nasce anche la spinta a restituire, sulla tela o sullo schermo, versioni idealizzate di sé, con la possibilità di offrire, a se stessi e agli altri, chiavi di lettura della propria identità di volta in volta diverse. Ciononostante, un elemento fondamentale differenzia qualitativamente le due pratiche: il tempo necessario alla creazione di un quadro, infatti, permette al pittore di esplorare adeguatamente la peculiare condizione di chi si percepisce al contempo come soggetto e come oggetto, come colui che guarda ed è contemporaneamente guardato, e ha così la possibilità di accedere a un'immagine perturbante, in grado di conferire al sé sfaccettature inaspettate e rivelatrici; il *selfie*, d'altro canto, contiene nell'istantaneità dell'esecuzione e della condivisione anche tutta la sua estrema transitorietà. Il carattere meditativo e introspettivo dell'autoritratto è dunque rimpiazzato da una scarica pulsionale il cui obiettivo è la gratificazione immediata e che richiede un coinvolgimento molto limitato dell'autore, a cui corrisponderà un'attenzione altrettanto cursoria da parte dell'osservatore. Le variazioni che distinguono un *selfie* da un altro tendono ad essere puramente occasionali, riducendosi a un cambio di scenografia, per cui la ripetizione di questo gesto viene giustificata soltanto dalla necessità di rinnovare il senso di appagamento, effimero quanto il significato del *selfie* stesso. A nostro parere, un esito così divergente è attribuibile anche a un altro fattore: l'autoritratto, pur essendo realizzato per l'esposizione, prevede un momento di intimità con il proprio autore che corrisponde al periodo della sua creazione e durante il quale, in un certo senso, il pittore è l'unico destinatario della propria opera; nel caso del *selfie*, invece, esso nasce, si produce e muore integralmente all'interno di una tensione verso l'approvazione altrui, o perlomeno verso un qualche tipo di riscontro esterno. Paradossalmente, il destinatario è collocato al centro dell'inquadratura molto più di quanto non lo sia il soggetto della fotografia. Allo stesso tempo, però, questa condizione di dipendenza dall'altro viene rimossa, dando vita a una fantasia di autocreazione o auto-costruzione, in cui l'autore è tale sia nei confronti dello scatto che di se stesso e cerca di sottrarsi all'influenza della propria circostanza ipostatizzando una soggettività assolutamente autonoma, ignorando la debolezza intrinseca di tale autoreferenzialità (Barbieri 2020: 136-137; Carapellese 2020: 69-70).

Dato che l'immagine deve costituire la testimonianza di questa fantasia, si dovrà inoltre perseguire una corrispondenza perfetta tra l'idealizzazione di sé e quella del proprio aspetto esteriore, che ne diviene il simulacro (Barbieri 2014: 183). Per questo motivo, e a dispetto dell'estemporaneità o della spontaneità del *selfie*, Barbieri pone l'accento su come la "messa in posa" esprima inequivocabilmente l'artificiosità e la dissimulazione che sono messe in campo quando si desidera ridurre al minimo qualunque elemento di casualità nella propria rappresentazione, sia che essa riguardi un autoscatto o – aggiungiamo noi – la messa in scena di sé su internet nel suo complesso.

Il principio della condivisione alla base dei social network, infatti, implica l'idea che ogni attività e ogni aspetto di noi stessi che decidiamo di pubblicare sulla piattaforma siano esposti all'osservazione, allo scrutinio e al giudizio della nostra rete di contatti e, spesso, anche a quelli di persone estranee. Ancora una volta, Facebook costituisce un esempio lampante di come i social network possano essere onnivori rispetto alla sfera personale: sul sito possono essere condivise le più svariate informazioni, dalla formazione scolastica alla professione lavorativa, dalle relazioni sentimentali agli album fotografici delle vacanze, dagli hobby preferiti agli stati d'animo, dai personaggi pubblici di riferimento alle opinioni politiche. È interessante notare come il declino di Facebook presso le fasce più giovani della popolazione sia stato accompagnato dal corrispondente successo di Instagram, anch'esso proprietà di Mark Zuckerberg, e soprattutto di TikTok. Si tratta di social network molto meno eclettici di Facebook, dove gli elementi testuali sono estremamente ridotti e perlopiù accessori, mentre a farla da padrone è la condivisione di immagini: se su Instagram la maggior parte degli utenti pubblica foto e brevi video legati alla propria quotidianità, alle proprie esperienze o al proprio stile di vita, TikTok, che gode di grande popolarità tra gli adolescenti, offre la possibilità di condividere filmati che spesso hanno al loro centro la figura dell'autore e sono caratterizzati da un elevato coefficiente di performatività.

Anche la diffusione del marketing personalizzato è legata alla costruzione della propria identità: la necessità di ottimizzare il potere persuasivo della pubblicità, adattando i propri annunci a comportamenti e preferenze individuali, nasce dal fatto che le abitudini di consumo sono diventate un tassello importante nell'espressione della propria personalità e rispondono sempre più spesso alla volontà di definire se stessi anche in quanto consumatori (Pariser 2012).



La possibilità di esercitare un dominio estremamente meticoloso sulle proprie rappresentazioni, inedita prima della mediazione dei dispositivi digitali e impensabile senza la rimozione della presenza fisica che essi garantiscono, ha altresì indebolito e messo in discussione quella fiducia reciproca, fondata sulla presunta corrispondenza tra ciò che si è e ciò che si dice di essere, di cui parlava Goffman più di sessant'anni fa. Oggi, l'idea che internet sia popolato di *avatar*,<sup>15</sup> che hanno poca o nessuna attinenza con gli individui reali a cui dovrebbero far capo, è diventata un luogo comune e un senso di diffidenza reciproca si è diffuso oltre i confini del web. Del resto, se si leggono queste raffigurazioni identitarie come un modo di raccontarsi a sé e agli altri, si può intuire come tali narrazioni individuali abbiano sostituito quelle che precedentemente erano metanarrazioni e narrazioni collettive (Barbieri 2014: 107). Che si tratti di artisti che si sforzano di promuovere le proprie creazioni nell'agone virtuale o di persone comuni intente a curare minuziosamente il proprio profilo sul social network di turno, tutti sono coinvolti nella necessità di presentare una propria storia e un'immagine di sé che sia appetibile per il proprio pubblico di riferimento.

Ciò spiega i mutamenti a cui è stato sottoposto, negli ultimi anni, il culto della celebrità. Se un tempo la fama poteva essere considerata una concrezione innestata sul successo conseguito grazie ai propri meriti professionali, solitamente connessi all'ambiente dello spettacolo, della cultura o dell'intrattenimento, ora assistiamo alla proliferazione di personaggi pubblici la cui professione consiste pressoché esclusivamente nel fatto di essere famosi. Prende piede così la figura dell'*influencer*, che sfrutta la propria popolarità per farsi promotore non tanto e non principalmente di specifici beni materiali, quanto di un prestigioso stile di vita edonistico che egli incarnerebbe e che viene inscenato quotidianamente attraverso i social media, promuovendo un'«economia dell'esperienza» (Franceschetti 2020: 31). La transizione dal fenomeno dei *reality show* – ancora massmediatico – alla fama online ha portato a compimento l'estinzione, nell'immaginario, delle celebrità intese come *élite* privilegiata che promuova, attraverso il proprio accesso esclusivo, valori, stili di vita e modelli di consumo presso il grande pubblico. L'apparente democratizzazione della celebrità ha

---

<sup>15</sup> Curioso come tale termine indichi, nella teologia indù, l'incarnazione della divinità in una delle sue forme fisiche, mentre nel mondo virtuale questo concetto sia rovesciato, designando un'identità contraddistinta proprio dall'assenza di corporeità.

dunque favorito la compresenza di un modello di successo sociale a cui tendere e l'idea che tale successo sia a portata di mano, più di quanto non lo sia mai stato.

Si è già evidenziato come l'identità messa in scena su internet sia frutto di un'idealizzazione di sé. Diversi autori specificano come questa idealizzazione coincida con le proprie aspirazioni, con ciò che si vorrebbe essere, e consista nel presentarsi come si vorrebbe essere visti dagli altri (Pariser 2012; Barbieri 2014: 150), nell'enfatizzare tratti caratteriali che hanno maggior probabilità di essere apprezzati (Baron 2008: 85) e, in generale, nell'assicurarsi essere visti «nella propria giornata migliore» (Baron 2008: 98). A fronte di ciò e delle riflessioni fatte fin qui, possiamo osservare come una sorte simile accomuni i prodotti culturali e le identità online. La personalizzazione dei contenuti non entra in contrasto con l'omologazione tipica dei *mass media*, ma può anzi riprodurla e limitarsi a fornire una parvenza di scelta e di pluralismo mentre promuove una ripetitività compiacente e rassicurante, rendendo la cultura sempre più «infantilizzata» (Fisher 2018: 144). Qualcosa di analogo accade in merito all'immagine di sé che si dà in rete. Goffman puntualizza che «quando l'individuo si presenta davanti a terzi, la sua rappresentazione tenderà ad incorporare ed esemplificare i valori sociali già accreditati, anche di più di quanto non comporti l'insieme del suo comportamento» (1969: 47-48). Nonostante l'insistenza con cui vengono esaltate individualità ed espressione di sé, quando si tratta delle proprie rappresentazioni le dinamiche sociali presenti su internet non sembrano intralciare comportamenti conformistici, ma amplificarli. L'esposizione incessante a post e immagini personali, accuratamente congegnati per fare colpo, spinge a un continuo raffronto tra la propria esistenza e quella altrui, nonché alla volontà di partecipare attivamente a tale flusso, dove “condivisione” è spesso sinonimo di “ostentazione”. Va da sé, quindi, che l'impulso più diffuso sia quello di adattare il modo in cui ci si presenta sulla scena a quei parametri e valori condivisi che consentano un maggiore riscontro. Così, in una società che *in primis* valorizza il moltiplicarsi delle transazioni economiche, tali parametri e valori finiscono necessariamente per essere legati in maniera inscindibile al consumo che, fondando la propria logica su un capitale reale, può essere facilmente convertito in un capitale simbolico a cui corrisponda uno status sociale.

Sin dall'inizio del nostro discorso sarà apparso chiaramente come il problema della rappresentazione identitaria sia legato a doppio filo a quello della relazione con gli altri. Infatti, si tratta pur sempre di una rappresentazione pensata in funzione di uno

sguardo esterno che la riconosca e, in tal modo, la legittimi. In un contesto dove «lo sguardo di sé e dell'altro è centrale e ineliminabile» (Barbieri 2014: 137), si rende quindi necessario dedicare la giusta attenzione a come ciò condizioni la comunicazione e le relazioni interpersonali.



## 5. Socialità virtuale e relazioni

Per introdurre il tema relazionale, inizieremo con qualche considerazione generale. In merito al grado di esposizione a opinioni diverse e contrastanti, si è visto come questo possa essere amplificato dal moltiplicarsi dei legami deboli che internet favorirebbe. Innanzitutto, bisogna premettere che le reti sociali che si sono sviluppate in seguito all'avvento del web 2.0 tendono a essere diverse da quelle maggiormente diffuse quando la rete si trovava ancora nel suo stadio infantile. Se negli anni '90 e all'inizio del nuovo millennio il cyberspazio era perlopiù vissuto come un mondo separato da quello reale, dove la prevalenza dell'anonimato rendeva possibile stringere relazioni e ricoprire ruoli estranei alla propria vita di tutti i giorni, il successo di social network come Facebook ha promosso il prevalere di un modello diverso, secondo cui sono la vita e le relazioni offline a essere riversate online, sebbene, come si è visto, in forma fortemente idealizzata. È bene precisare come ciò non abbia condotto a una completa sostituzione del vecchio modello con il nuovo, bensì a una loro – non poco problematica – compresenza.

Barbieri (2014: 131) evidenzia come, su Facebook, un individuo sia solito intrattenere una rete di conoscenze costituita da un nucleo centrale, di cui fanno parte le persone frequentate anche nella vita reale, e da un secondo livello, più ampio e diversificato, a cui appartengono i contatti con cui si interagisce esclusivamente online. Il primo gruppo consente agli utenti di percepire una maggiore porosità tra le esperienze vissute all'interno e all'esterno della rete, così come un senso di continuità spaziale e temporale tra le due dimensioni. Tuttavia, le interazioni con tale nucleo sono avvertite come mere estensioni di quel che accade in presenza e avvengono perlopiù secondo criteri di praticità. Ciò che rende distintiva la relazionalità online è, invece, la possibilità di ampliare indefinitamente il secondo livello, l'anello esterno costituito in gran prevalenza da legami deboli. Secondo Baron e le ricerche a cui fa riferimento (2008: 221-224), la mediazione da parte di internet e dei dispositivi digitali non farebbe diminuire il numero delle amicizie o il tempo trascorso insieme, ma la studiosa teme che all'aumento dei legami sociali corrisponda anche una loro maggiore superficialità e condivide le preoccupazioni di coloro i quali, nonostante l'incremento di connettività, si sentono parte

di quella che il sociologo David Riesman ha notoriamente definito una «folla solitaria» (2009) o esprimono la sensazione di essere, al contempo, «soli, insieme» (Turkle 2019).

## 5.1 La comunicazione mediata elettronicamente

Per appurare la fondatezza e le motivazioni di queste osservazioni preliminari, è necessario considerare come l'interazione mediata dalla tecnologia posseda delle proprie caratteristiche, fortemente legate alle *affordances* che la tecnologia stessa mette a disposizione dell'utente. In concomitanza alla diffusione del PC negli anni '80, sono stati fatti numerosi studi sulla comunicazione mediata dal computer (in inglese, *computer-mediated communication*, CMC), nel tentativo di comprendere gli effetti sull'interazione di quello che allora era una novità dalle implicazioni ancora sconosciute. Successivamente, con la tendenza a ridurre le dimensioni dei dispositivi e ad agevolare la possibilità di averli sempre con sé, al computer da scrivania si sono affiancati PC portatili, smartphone, tablet e innumerevoli altri gadget, per cui alcuni ricercatori hanno preferito allargare il campo di riferimento dei loro studi, parlando di tecnologie dell'informazione e della comunicazione (*information communication technologies*, ICTs) o di comunicazione mediata elettronicamente (*electronically-mediated communication*, EMC; Baron 2008: 12). Tuttavia, a prescindere dalle denominazioni, gli elementi fondamentali sono rimasti gli stessi. Tra questi, troviamo la distinzione tra comunicazione sincrona e asincrona, a cui avevamo già brevemente accennato. Tale distinzione non va rigidamente intesa come una dicotomia, ma piuttosto come uno spettro lungo il quale comunicazioni mediate diversamente presentano una maggiore o minore sincronia. Il grado maggiore sarà tipicamente riscontrabile nelle conversazioni telefoniche o faccia a faccia, ossia quando l'immediatezza degli scambi comunicativi rende possibile interrompere il proprio interlocutore (Baron 2008: 15).

Attraverso lo studio di strumenti di comunicazione quali email, chat, messaggistica istantanea o software per la gestione automatica di *mailing list*, *newsletter* e forum tramite posta elettronica (i cosiddetti *LISTSERV*), le ricerche sulla CMC hanno portato, tra la seconda metà degli anni '80 e la prima metà dei '90, al delinearsi di alcune scuole di pensiero, tra cui Cantelmi, Toro e Talli (2010: 18-21) individuano tre modelli

principali: RSC (*Reduced Social Cues*), SIDE (*Social Identity DE-individuation*) e SIP (*Social Information Processing*).

Il primo modello è dovuto principalmente agli studi di Sara Kiesler e Lee Sproull (Kiesler et al. 1984; Sproull & Kiesler 1986) e si fonda sull'assunto per cui la mediazione del computer ridurrebbe la portata della comunicazione, eliminando non solo i segnali non verbali, ma anche informazioni riguardanti la posizione sociale degli interlocutori, che si troverebbero così tutti sullo stesso piano. Ciò comporterebbe un affievolimento di alcune inibizioni e convenzioni sociali che, a sua volta, produrrebbe due effetti principali: da un lato, si avrebbe una maggiore libertà espressiva; dall'altro, verrebbe riscontrato anche un aumento dell'aggressività e delle violazioni delle norme sociali. Il modello RSC ha subito critiche sul piano metodologico, in merito all'eccessiva specificità contestuale di test e gruppi sperimentali, ed è stato accusato di determinismo tecnologico, nonché di sostenere un'idea quantitativa delle interazioni sociali che le ridurrebbe a meri segnali di informazione.

Martin Lea e Russell Spears sono fra i maggiori responsabili del secondo approccio alla CMC, il cosiddetto SIDE (Lea & Spears 1991; Spears & Lea 1994; Postmes et al. 1998; Spears et al. 2002). Tale approccio ridimensiona il ruolo di elementi quali i segnali non verbali o la compresenza fisica, che verrebbero compensati da espedienti paratestuali come le emoticon, mentre viene dato maggior risalto ai fattori contestuali specifici di una particolare situazione comunicativa, i cui effetti contingenti prescinderebbero dal mezzo adottato per interagire. Le dinamiche intergruppi o intragruppi, la de-individuazione dovuta al prevalere dell'identità sociale o, viceversa, il maggior spazio concesso all'individualità, sarebbero dunque fenomeni in gran parte indipendenti dal mezzo di comunicazione. Ne segue che anche il grado di polarizzazione e inibizione riscontrato in seno a determinati gruppi non sarebbe determinato dalla quantità di informazione veicolata elettronicamente. Pur avendo il merito di mettere in evidenza questioni particolarmente significative, nel loro tentativo di assegnare una posizione privilegiata alla componente tecnologica o a quella sociale, in un rapporto univoco di causalità, sia l'RSC che il SIDE rischiano di perdere di vista come entrambe le componenti si definiscano e influenzino reciprocamente partecipando contemporaneamente nella costituzione di tali fenomeni. Si tratta di un punto su cui abbiamo già cercato di insistere e che ci ripromettiamo di esplorare ulteriormente.

Il modello SIP, d'altro canto, ci offre il destro per proseguire il nostro discorso e riprendere alcuni degli aspetti già trattati. Sviluppato soprattutto grazie al contributo di Joseph B. Walther (1992; 1996; Walther, Burgoon 1992), il SIP individua nelle interazioni mediate dal computer un carattere «iperpersonale». Questo termine indica la particolare cura che gli individui pongono nel decidere le proprie modalità espressive e nel vagliare le informazioni che li riguardano, scegliendo quali accentuare e quali attenuare o tralasciare a proprio vantaggio. Come si è visto, una tale meticolosità non sarebbe possibile senza l'asincronia che la CMC è generalmente in grado di garantire in misura incomparabilmente maggiore rispetto all'interazione faccia a faccia. Non si deve tuttavia fraintendere il significato dell'espressione «iperpersonale»: secondo Walther, infatti, una presentazione di sé «ottimizzata» o «selettiva» implica una sproporzione del peso conferito all'identità sociale rispetto a quella personale. Ciò si traduce in un'identificazione di se stessi e degli altri secondo categorie sociali dai contorni definiti, nonché in una tendenza a intraprendere relazioni stereotipate che coinvolgono tanto l'emittente quanto il destinatario delle interazioni e che vengono consolidate dal desiderio di avvalorare le proprie aspettative e quelle altrui. Viene quindi confermata l'idea, già accennata chiamando in causa gli studi di Goffman, secondo cui l'identità sociale risponda a criteri fortemente conformistici.

## 5.2 Tra desiderio di intimità e bisogno di controllo

Al fine di tentare una sintesi che rielabori criticamente i tre approcci appena delineati, potrà tornarci utile introdurre il concetto di mentalizzazione, mutuato dalla psicodinamica. La mentalizzazione, teorizzata dallo psicologo e psicoanalista Peter Fonagy, consiste nell'attività mentale per cui un soggetto è in grado di cogliere gli stati mentali altrui, soprattutto in riferimento a come egli viene pensato dall'altro e viceversa. Si tratta dunque di un processo psichico complesso di tipo sia identitario che relazionale, caratterizzato da un intrinseco dinamismo e da un forte elemento di reciprocità. La rappresentazione che il soggetto ha di sé e dell'altro viene continuamente rinegoziata in base allo scambio d'informazioni e alle specificità del contesto, cosicché questo gioco di specchi rende possibile l'emergere di un senso di sé, che risulta perciò inscindibile dalla conoscenza dell'altro e della relazione stessa (Barbieri 2014: 77). Quando tale relazione



psichica è caratterizzata da una reale reciprocità, ossia avviene in una condizione di parità tra le parti in gioco, il processo di identificazione consente di percepire la presenza di parti di sé nell'altro e di parti dell'altro in sé, nonché un senso di mutevole unità (Barbieri 2014: 66-67). Questa identificazione può anche essere intesa come un vero e proprio riconoscimento, dove a essere riconosciuta non è una rappresentazione dell'altro che dovrebbe confermare delle aspettative pregresse, ma la condizione dell'altro quale soggetto distinto in grado di riconoscermi a sua volta (Barbieri 2014: 141-142). È importante notare come tale separazione sia ciò che, al contempo, differenzia e unisce i soggetti nella similitudine e parità della loro condizione, istituendo la possibilità stessa del riconoscimento e, di conseguenza, della realizzazione di una piena soggettività.

Quando ciò accade, l'altro assume il ruolo di ciò che Heinz Kohut ha chiamato "oggetto libidico" o "oggetto pulsionale" (Barbieri 2014: 143). Si viene cioè a creare una distanza che rende possibile la relazione stessa, ora intesa come reciproca disponibilità alla scoperta e come apertura di un proprio spazio mentale e affettivo, in cui l'altro possa dimorare liberamente. All'estremo opposto, si ha l'"oggetto-Sé speculare" (Barbieri 2014: 142), ossia il ruolo assunto dall'altro quando la sua soggettività viene negata e ridotta a una mera funzione di conferma. L'altro diventa lo specchio a cui affidare il compito di restituire un'immagine di sé precostituita e rassicurante, o un telo bianco che faccia da supporto alla messa in scena delle proprie identificazioni proiettive. Lungi dall'essere riconosciuto come soggetto separato, l'altro diviene dunque oggetto di un pseudo-rapporto circolare e autoreferenziale che sostanzialmente lo fagocita.

È nostro parere che su internet quest'ultimo caso sia tendenzialmente più comune. Una parola chiave che è emersa prepotentemente quando abbiamo passato in rassegna l'idea di sé come rappresentazione è quella di "controllo". A ben guardare, le tecnologie informatiche hanno costituito per molti una promessa di controllo ben prima della diffusione generalizzata della rete. Abbiamo visto come l'approccio "rigido" alla programmazione permettesse di costruire architetture operative fondate su unità logiche organizzate gerarchicamente, secondo un impianto razionale che aveva fatto credere agli hobbisti degli anni '80 di poter comprendere il mondo, ossia di potervi esercitare un controllo conoscitivo. Gli hacker, invece, avevano trovato nel computer un campo dove poter dar sfogo alla propria competitività e primeggiare, talvolta per compensare un senso di esclusione e di insicurezza vissuto al di fuori della loro nicchia ristretta. Allo stesso

modo, la fortuna conosciuta nello stesso decennio dai videogiochi, sia nell'ambiente domestico tramite le *console* Atari o Nintendo, sia negli *arcade* popolati dai cabinati, offriva ai giocatori rassicurazioni non troppo dissimili. Come osserva Turkle (1985), i videogiochi – e in particolar modo la varietà di giochi di ruolo che costituiscono la progenie del capostipite *Dungeons & Dragons* – partoriscono mondi di fantasia dalla varietà apparentemente illimitata, ma che in realtà si reggono in piedi grazie a regole ferree e meccaniche ben precise. Per un giocatore, impossessarsi di questo sistema di leggi significa contemporaneamente perdersi nella fantasticheria di un mondo virtuale e sentirsene padrone, esercitando un controllo esterno che rifletta nella propria interiorità un senso di padronanza di sé, delle proprie capacità e del proprio destino. È la macchina stessa, con la sua parvenza di razionale infallibilità, che spinge il giocatore ad attribuirsi la responsabilità di ogni successo o fallimento, stimolandolo ad adeguare la propria strategia e le proprie azioni a quella perfezione nascosta che sembra appartenere intrinsecamente all'architettura ludica e che egli, in un certo senso, deve portare alla luce e realizzare in sé.

Oggi che al rapporto tra uomo e macchina si affiancato stabilmente quello in cui la macchina fa da mediatore tra uomo e uomo, hanno preso piede nuove modalità e nuove fantasie di controllo. A un primo sguardo si può percepire un bisogno di controllo verso la tecnologia stessa. Innegabilmente, le tecnologie informatiche sono diventate un supporto fondamentale, e talvolta indispensabile, per i più svariati aspetti dell'esistenza. La pervasività di questo passaggio obbligato e la sensazione che buona parte della propria vita, compresa quella più intima, sia oramai "esternalizzata", sottratta a un pieno controllo da parte dell'individuo, possono risultare, anche inconsciamente, soverchianti, e provocare un senso di disagio e frustrazione. Al trionfalismo con cui viene generalmente prospettata l'idea di essere «sempre connessi» fa da contraltare l'inquietudine che deriva dall'incapacità di sottrarsi all'incessante lavoro della rete a cui si è allacciati, di ristabilire uno spazio di autonomia dell'uomo rispetto alla macchina che, simbolicamente, sia rappresentato dalla possibilità di «staccare la spina» (Turkle 1985: 29). Tuttavia, quando la tecnologia assume il ruolo di mediatrice nei rapporti interpersonali, essa stessa diventa un mezzo efficace per asserire la propria padronanza sulle modalità di interazione e, in definitiva, il proprio controllo sugli altri.

Abbiamo sottolineato come, nella rappresentazione di sé su internet, l'altro assuma una posizione centrale. Tale centralità va però intesa secondo un'accezione del tutto funzionale: ciò che conta non è l'altro di per sé, colto nella sua distinzione e soggettività, bensì il suo sguardo, ossia la sua funzione di conferma in riferimento alla rappresentazione dell'individuo che cerca questo sguardo e vi è sottoposto. Il fulcro del rapporto resta dunque l'individuo rappresentato, mentre la rappresentazione stessa non è frutto di un incontro tra soggetti, quanto il risultato di un'identità sociale che, fra i valori condivisi su cui è costruita, annovera un individualismo fortemente autocentrato e tende dunque a riprodursi e incarnarsi nell'identità individuale. L'approccio SIDE alla CMC insiste sull'importanza dei fattori sociali e contestuali rispetto al *medium* nel determinare gli esiti degli scambi comunicativi e delle interazioni. Ciononostante, rispetto all'email o agli altri canali di comunicazione disponibili negli anni '80, i social media sono concepiti e strutturati per innescare, assecondare e rafforzare quei fattori, il che prospetta un'integrazione indissolubile tra ciò che è tecnico e ciò che è sociale. L'individualismo autoreferenziale e il feticismo dell'immagine di cui si è parlato erano elementi già storicamente presenti e consolidati all'avvento dei social network. Quasi per inerzia, i loro artefici hanno proseguito sulla falsariga di ciò che era già stato naturalizzato, facendo leva e basando i propri profitti sul desiderio delle persone di trovare un riscontro esterno alle proprie rappresentazioni identitarie. Tale riscontro non va necessariamente inteso come approvazione: la ricerca di attenzione può infatti tradursi anche in comportamenti aggressivi, degradanti o, in senso lato, autolesionisti.

Diversi autori hanno notato il profilarsi di dinamiche di tipo narcisistico, caratterizzate da un sé asfittico e schiacciato da una mancanza di progettualità, dovuta all'appiattimento su un presente ripetitivo e invariabile, nonché da rapporti perlopiù strumentali, in cui l'alterità viene privata di qualsiasi possibilità di riconoscimento autentico (Pennella 2020a: 8). L'individuo costituisce il «centro di un sistema solare» (Barbieri 2014: 120) attorno al quale ruotano degli altri fra loro intercambiabili, in un movimento centripeto di *reductio ad unum* che li assomma in un altro indifferenziato, un oggetto-Sé speculare che prende le fattezze di un pubblico anonimo e il cui riscontro è letteralmente quantificabile e osservabile attraverso il conteggio dei "like" di Facebook, le statistiche di Google Analytics o il numero di volte in cui un post viene fatto rimbalzare su Twitter o Tumblr.

Nelle sue riflessioni, Barbieri (2014) osserva come la presenza dell'altro sia necessaria affinché l'individuo conservi un senso unitario di sé, ricomponendo la scissione tra se stesso e la propria immagine e riuscendo così a identificarsi contemporaneamente sia come soggetto che come oggetto. Pretendere di essere gli unici autori della propria rappresentazione implica la necessità di circoscrivere attorno a sé un mondo chiuso e ristretto, plasmato a propria immagine e somiglianza, da cui bandire ogni elemento di imprevedibilità e in cui poter esercitare un controllo dispotico. Significa anche oscurare e inibire la presenza dell'altro, sostituendolo con il proprio riflesso speculare, oppure attuando simbolicamente una vivisezione che ne selezioni alcune caratteristiche e le ricomponga in una rappresentazione parziale, secondo criteri utilitaristici che lo destituiscono della sua mutevole complessità d'insieme e lo rendono più facilmente manipolabile (Turkle 2019: 254-55). Privato della condizione di nostro pari, l'altro perde anche la possibilità di partecipare attivamente alla relazione, mentre il soggetto, in assenza di un vero interlocutore, rinuncia a essere il destinatario di una voce che scompagini la fissità della propria immagine precostituita e la rimetta in gioco. Quando questi diventano i presupposti condivisi delle interazioni sociali, la reciprocità di uno scambio relazionale creativo e dinamico viene rimpiazzata dalla mutua conferma delle rispettive immagini idealizzate, secondo una circolarità schematica e ripetitiva che impedisce un reale processo di mentalizzazione. Al rischio implicito in una relazionalità desiderante, tesa verso un'alterità inattesa e sconosciuta, si può dunque prediligere la rassicurante simulazione di un rapporto fondato sulla sin troppo familiare figura del doppio (Grasso 2020: 97).

Abbiamo già visto che, quando si tratta di assumere il controllo sulla propria rappresentazione di fronte a un pubblico generico, ciò avviene in virtù della mancanza di corporeità, che consente un'amplificazione dell'intenzionalità e una cura del dettaglio impossibili nell'interazione faccia a faccia. L'ambiente virtuale è dunque un'ambiente in cui vige una «dematerializzazione» che, privilegiando gli elementi visivi e uditivi a discapito dei sensi di prossimità come l'olfatto e il tatto, incoraggia l'idealizzazione propria e altrui, secondo un «narcisismo audio-visivo» al cui centro si pone la ricerca ossessiva della visibilità (Carapellese 2020: 66). Tuttavia, tale idealizzazione non possiede una valenza esclusivamente positiva o negativa, ma va piuttosto intesa come

estremizzazione del sentire nei confronti degli altri, e può dunque concretizzarsi tanto in un'adorazione acritica quanto in un'aggressività viscerale, eventualità su cui ritorneremo.

Il tema del controllo si arricchisce di ulteriori sfaccettature se, dalla costruzione dell'immagine di sé in contesti riconducibili al modello dei social network, si sposta l'attenzione verso gli scambi comunicativi interpersonali, che costituiscono l'oggetto vero e proprio degli studi di CMC. In questo caso, all'assenza di presenza fisica si accompagna la possibilità di interrompere il flusso di interazioni, la cui continuità è tipica della comunicazione in presenza, e di segmentarne deliberatamente la temporalità secondo i propri desideri, necessità o intenzioni. Oltre a ciò, si è più liberi di filtrare la comunicazione in maniera diversa da persona a persona, per cui è possibile rispondere immediatamente a qualcuno o ignorarlo completamente, con una serie di posizioni intermedie tra questi due estremi. L'invadenza di una connessione perenne genera una corrispondente smania di «controllare il “volume” delle nostre interazioni sociali» (Baron 2008: 5, traduzione mia), che talvolta risulta inevitabile per mantenere il senso di una propria autonomia rispetto agli altri, per garantire un senso di unitarietà che impedisca al sé di disperdersi nel sociale, come un soluto a contatto con il solvente. Come si è riscontrato nel caso dell'autorappresentazione, non si tratta di una questione che riguardi esclusivamente la comunicazione mediata elettronicamente, quanto di un fenomeno dilatato dai mezzi tecnologici fino a esiti parossistici. Baron (2008: 33) ha identificato tre modalità di controllo della comunicazione e di regolazione del “volume”, applicabili a qualunque interazione linguistica: l'agevolazione degli incontri linguistici tramite la ricerca di occasioni adatte a questo scopo; l'elusione di questi stessi incontri; la manipolazione degli scambi linguistici.

Per quanto riguarda le restrizioni all'accesso in riferimento alla comunicazione elettronica, si può osservare come strumenti quali email, messaggistica istantanea e SMS consentano di conoscere il mittente di un messaggio ancor prima di averlo letto e dunque di decidere se, come e quando rispondere (Baron 2008: 35-36). Molte applicazioni di *instant messaging* contengono dei segni di spunta che segnalano se un messaggio è stato letto o meno dal destinatario. Ciò non ha impedito a molti utenti di mettere in pratica il cosiddetto *ghosting*, ossia di interrompere repentinamente e definitivamente le comunicazioni con qualcuno, evitando di rispondere ai messaggi anche quando questi vengono visualizzati. È inoltre possibile bloccare un utente, impedendogli ogni ulteriore

comunicazione e, nei social network come Facebook, di accedere al proprio profilo e ai propri contenuti, anche quando si tratta di post pubblici. Naturalmente, queste funzioni sono state concepite come strumenti a cui gli utenti possono ricorrere per contrastare eventuali molestie e comportamenti persecutori, ma di fatto essi vengono usati con maggiore libertà e disinvoltura. Il loro significato, a conti fatti, risiede nella facoltà di sottrarre agli altri la facoltà di intervenire in prima persona nella definizione di una situazione, fino al punto di negare simbolicamente la loro esistenza. Infine, abbiamo già avuto occasione di vedere come anche la funzione primaria dei messaggi di assenza sia quella di porre un limite all'interazione, segnalando la propria lontananza dal computer o da un dispositivo in modo non sempre veritiero. È possibile, infatti, dichiarare la propria assenza e, nel frattempo, controllare i messaggi in arrivo e decidere a quali rispondere (Baron 2008: 76).

Un caso di manipolazione è invece riscontrabile nella facoltà di inoltrare messaggi ad altri destinatari rispetto a quelli originariamente intesi dal mittente, cosa resa possibile sia dall'email che da alcune app di messaggistica istantanea (Baron 2008: 35). Modalità di manipolazione più sottili coinvolgono dinamiche psicologiche e comportamentali. Gli SMS di argomento amoroso (Barbieri 2014: 143-44), ad esempio, costituiscono atti linguistici di tipo comportativo, ossia tesi a esprimere stati d'animo ed emozioni dell'autore. Ciò è ulteriormente amplificato dall'enfasi con cui parole ed elementi paratestuali assumono una funzione suppletiva nei confronti dei segnali non verbali che la comunicazione a distanza non riesce a veicolare. In casi come questo, il destinatario, immedesimandosi nel mittente, si sente automaticamente spinto a contraccambiare le sue emozioni, avviando una serie di identificazioni speculari. Quest'ultime assumono di frequente forme stereotipate che, in quanto largamente condivise e facilmente comprensibili, aiutano a convalidare le aspettative reciproche e, ancora una volta, finiscono per agevolare un finto riconoscimento, fondato soltanto sulle parti di sé che il soggetto può individuare nell'altro secondo un'identificazione tendenzialmente fusionale, che esclude la disponibilità a essere riconosciuti da un'alterità irriducibile a qualsivoglia identità, aspettativa o preconetto.

Accanto alla possibilità di provocare negli interlocutori comportamenti e reazioni a sé congeniali, la comunicazione elettronica può altresì contribuire a un'oculata presentazione di sé, in modo non dissimile da quanto visto per i social network e le

piattaforme online, ma traslato sul piano dell'interazione diretta. In tal senso, maggiore è l'asincronia offerta dal canale comunicativo, maggiore sarà il grado di premeditazione possibile. Per questo motivo, molti preferiscono ricorrere alla comodità del messaggio scritto, rifuggendo le interazioni faccia a faccia e anche le telefonate, in origine criticate per i loro limiti comunicativi e oggi sempre più evitate per il loro eccessivo grado di compresenza, che viene sempre più sentito come un'invasione della sfera personale, un'esposizione al rischio di rivelare informazioni o stati d'animo indesiderati e un ostacolo alla possibilità di circoscrivere a proprio piacimento il ruolo dell'interlocutore nell'interazione (Turkle 2019). Dopotutto, la messaggistica istantanea ha fra le sue peculiarità quella di far propri alcuni elementi del parlato, il che rende possibile compensare la mancanza di spontaneità riproducendo deliberatamente un tono confidenziale, spontaneo e pieno di *nonchalance*, secondo una sprezzatura di gusto tutto contemporaneo. Tuttavia, la scelta di ricorrere all'email, alla messaggistica istantanea, o agli ormai superati sms, risponde anche a criteri di economicità. La fretta e i numerosi impegni spingono le persone a privilegiare questi particolari strumenti perché essi richiedono un minore sforzo in termini di tempo e attenzione (Baron 2008: 35-36) e consentono più agevolmente di regolare il traffico delle comunicazioni in arrivo (Turkle 2019).

Emerge un quadro in cui, da un lato, sussiste il desiderio di accedere agli altri, incoraggiato dalla facilità con cui potenzialmente si può stabilire un contatto, anche per puro capriccio, per soddisfare una ricerca impulsiva di attenzione che possa essere soddisfatta istantaneamente. A questo desiderio corrisponde una spinta uguale e contraria, una ritrosia a rendersi altrettanto disponibili quando sono gli altri a cercare l'interazione (Baron 2008: 35, 147; Carapellese 2020: 67; Canari 2020; 74; Ronco & Spaccarotella 2020: 175-76). Questa forma di egocentrismo narcisista genera dinamiche di potere che vedono l'individuo impegnarsi nel tentativo di determinare la disposizione degli altri verso di sé, il loro comportamento, le loro reazioni, nonché le circostanze dell'interazione, mentre, al contempo, cerca di sottrarsi a un dominio analogo esercitato nei suoi confronti, secondo uno schema in cui si instaura una dipendenza reciproca. Rispetto a quanto già osservato da Goffman in un'epoca, di fatto, ancora del tutto analogica, ciò risulta enormemente accentuato dalle nuove opzioni di controllo offerte dai dispositivi digitali, che istituiscono un diaframma liberamente calibrabile tra sé e gli altri.

I timori di Baron, Turkle, e di chi come loro intravede il contributo delle tecnologie a un progressivo indebolirsi e sfaldarsi della socialità, sembrano dunque avere dei seri fondamenti. I social network e gli altri mezzi di comunicazione online permettono di stabilire un presidio più o meno permanente nell'esistenza altrui, restando a debita distanza e minimizzando i costi in termini di tempo ed esposizione, ma proprio per questo – continuando a impiegare un lessico economico – possono svalutare la qualità delle relazioni. La facoltà di troncare un rapporto personale semplicemente interrompendo l'interazione, cancellando un profilo o bloccando un utente, favorisce la debolezza dei legami e diminuisce il senso di responsabilità (Barbieri 2014: 147-148), secondo quella che Pennella (2020c: 150) chiama «permeabilità relazionale». Il grado di coinvolgimento risente anche della facilità di accesso, dunque del rapido e frettoloso succedersi delle interazioni. La messaggistica istantanea, infatti, consente di andare “dritti al punto” e di risparmiare il tempo che, in una telefonata o di persona, sarebbe dedicato agli abituali convenevoli (Baron 2008). Queste stesse chiacchiere, tuttavia, costituiscono anche quel che permette di situare la conversazione in un contesto realmente interpersonale, senza sacrificare la particolarità degli individui che vi partecipano, l'interesse dell'uno nei confronti dell'altro, e trasformare il tutto in un'asettica transazione di informazioni, apparentemente più utili e immediatamente spendibili. A prescindere dall'effettiva importanza di quanto viene detto, la conversazione estemporanea istituisce una finestra di tempo che si dedica interamente al proprio interlocutore, valorizzandone in tal modo la presenza.

Nonostante questo scenario poco incoraggiante, si è sostenuto (Joinson 2001) che, in realtà, l'anonimato visivo garantito dalla comunicazione online porterebbe a confidarsi più facilmente con altre persone, anche sconosciute, rivelando parti di sé che normalmente si ritengono troppo personali per essere condivise. La rete permetterebbe dunque di superare, almeno parzialmente, il proprio senso di vulnerabilità, consentendo di essere più sinceri e di raggiungere una maggiore intimità con gli altri. Ciò sembra incontrovertibilmente vero se si pensa alla fortuna conosciuta dai blog negli anni 2000, quando molti utenti iniziarono a usare questo spazio come se si trattasse di un diario personale, confidando i propri pensieri, le proprie emozioni e vicissitudini quotidiane, ma con l'importante differenza che, rispetto al classico diario, il blog non prevede alcuna riservatezza. La galassia formata dai blog è stata spesso lodata per la sua capacità di far



circolare liberamente l'informazione, di dar vita a comunità basate sulla condivisione culturale e di sottoporre la conoscenza al vaglio di un'intelligenza collettiva e democratica. Tuttavia, alcuni studi, pubblicati nel 2005 da Susan Herring e dai suoi colleghi (citato in Baron 2008: 110), hanno mostrato come il 42% dei blog presi in esame non rinviasse a nessun altro blog, mentre il 70% apparteneva alla categoria del diario personale. Questa stessa modalità di utilizzo è uno dei fattori che, in seguito, ha decretato il successo di un social network come Tumblr presso molti adolescenti, che ricorrono alla piattaforma non solo per condividere interessi e stili estetici, ma anche per pubblicare brevi contributi scritti che in genere raccontano le loro esperienze, ma che talvolta possono prendere la forma di vere e proprie confessioni o di sfoghi emotivi. Si tratta di un fenomeno diventato abbastanza comune da far diffondere il termine *oversharing*, ossia l'eccessiva condivisione su internet di dettagli riguardanti la propria sfera privata, attività che può assumere anche caratteri compulsivi.

### 5.3 L'impersonalità dell'ibridazione uomo-macchina

Si è visto come la forte componente audiovisiva di social network come Instagram o TikTok ponga al loro centro la costruzione di un'immagine di sé da sottoporre allo sguardo distratto di un pubblico di spettatori. Accanto a ciò, i servizi di *blogging* e *microblogging* mettono a disposizione uno spazio a cavallo tra sfera pubblica e privata, dove è possibile narrare se stessi a un bacino di lettori, senza dover necessariamente rispondere di quel che si è scritto o interagire direttamente col proprio uditorio virtuale (Baron 2008: 110). Inoltre, se si considera che la possibilità di allentare la tensione emotiva è uno dei motivi che spingono a scrivere su un blog (Baron 2008: 112), si può osservare come, nel momento in cui rappresentazione e riscontro esterno diventano condizioni di esistenza di tutto quel che accade, la messa in scena di un'emozione contribuisca in maniera decisiva alla costituzione dell'emozione stessa. Come nota Turkle (2019), che si tratti di un flusso di coscienza su un blog, di un messaggio inviato a un amico su una lista di contatti o di un post pubblicato su Facebook senza rifletterci troppo, non si tratta tanto di comunicare un sentimento che si prova, quanto di ricorrere alla comunicazione per provare qualcosa. L'intenzionalità e il controllo risultano dunque fondamentali nel sorgere di un'emozione che non consiste tanto in una formazione

spontanea, quanto in una creazione più o meno deliberata, cosicché l'affettività viene investita da una sorta di sistematicità performativa.

Riteniamo che l'anonimato e la mancanza dei segnali non verbali o di informazioni relative alla propria storia personale, ossia le principali giustificazioni addotte dall'approccio RSC, risultino insufficienti per spiegare la scarsa inibizione che facilita l'espressione di sé e le confidenze riscontrate online e nella comunicazione elettronica. Rispetto al tempo in cui, su internet, nessuno sapeva che eri un cane, come recita una celebre vignetta del *New Yorker* assurta a simbolo dell'anonimato virtuale, oggi le persone non si sottraggono alla possibilità di identificarsi attraverso nome e cognome, innumerevoli foto personali, percorso di studi e credenziali lavorative, come risulta evidente soprattutto su un social network come Facebook. Tuttavia, ciò non sembra aver compromesso in maniera sostanziale il calo delle inibizioni, soprattutto quando si interagisce con estranei o persone frequentate esclusivamente online. Una spiegazione più soddisfacente andrà allora ricercata spostando l'attenzione dalla quantità d'informazione alla qualità della relazione. Un aiuto in questa direzione ci viene dall'importanza conferita dagli studi di Joinson all'anonimato visivo. Egli osserva come sia sufficiente che gli individui comunichino attraverso una *webcam* affinché si verifichi una maggiore autoconsapevolezza pubblica, ossia una maggiore coscienza della percezione che gli altri hanno di noi, e quindi una minore disponibilità a rivelare se stessi nell'interazione. Ancor più utili risultano le ricerche di Sherry Turkle, che ha trascorso oltre trent'anni riflettendo sul modo in cui le persone si relazionano con il computer quale «macchina psicologica» (Turkle 1985).

Un primo esempio rilevante in tal senso è costituito dal programma ELIZA, realizzato nel 1966 dal pioniere dell'IA Joseph Weizenbaum. ELIZA simulava la presenza di uno psicoterapeuta che entrava in dialogo con la persona seduta di fronte al terminale, ponendo a questa delle domande generiche sulla sua vita e le sue emozioni, e rispondendo per brevi frasi fatte o con ulteriori domande, costruite a partire da sintagmi ripresi dalle risposte del "paziente" di turno. Nonostante ELIZA oggi appaia come poco più di una caricatura di uno psicoanalista freudiano, e a discapito dello scetticismo e delle riserve espressi dallo stesso Weizenbaum, alcuni dei partecipanti ai suoi esperimenti finivano con lo stabilire un rapporto di grande intimità con il programma, al punto che, nonostante essi fossero consapevoli che ELIZA non era in grado di comprendere davvero

ciò che le veniva detto, chiedevano di restare soli con lei e ne assecondavano i limiti in modo da non smascherare il carattere fittizio della sua psicologia (Turkle 1985: 31-33). Le ricerche di Weizenbaum ispirarono lo psichiatra Kenneth Colby, che sul modello di ELIZA progettò SHRINK, un programma informatico che avrebbe dovuto svolgere i compiti di uno psicoterapeuta. Nel 1972, Colby ideò PARRY, capace di simulare la paranoia di un individuo affetto da schizofrenia e nel 1992, coadiuvato dal figlio Paul, realizzò DEPRESSION 2.0, un software per curare la depressione. Partendo da una concezione meccanicistica della mente umana e della psicoterapia come scienza esatta, Colby vedeva i disturbi mentali come errori nel concatenamento logico dei pensieri, a cui era possibile porre rimedio ripristinando l'ordine mentale corretto. In questa prospettiva, la terapia assume un carattere procedurale e altamente formalizzato: si tratta infatti di seguire un sistema di regole per risolvere problemi specifici e conseguire determinati obiettivi tramite l'elaborazione di informazioni, secondo uno schema che prevede soluzioni simili per problemi tra loro assimilabili. Il terapeuta ricopre dunque un ruolo meramente funzionale che può essere svolto con maggiore efficacia da un computer. La perdita dell'elemento umano, che risultava inquietante per Weizenbaum, diventa un vantaggio per Colby, poiché si traduce nella perdita di tutte quelle incognite che caratterizzano inevitabilmente la personalità del terapeuta, garantendo così un'esattezza e un'imparzialità maggiori. Infine – elemento non secondario nel nostro discorso – i pazienti avrebbero preferito rivolgere le proprie confidenze a una macchina, poiché sarebbero stati al riparo dall'eventualità di venir giudicati o semplicemente dalla vergogna suscitata dall'espone la propria vulnerabilità a uno sguardo simile al proprio (Turkle 1997: 128-29). Le idee di Colby ebbero una certa risonanza soprattutto negli anni '80 e '90, quando l'imporsi in psicologia dei modelli cognitivisti e comportamentisti vide il sorgere di un'agguerrita cerchia di sostenitori della psicoterapia informatica.

Turkle, che ha avuto una formazione di indirizzo sociologico e psicoanalitico, si esprime criticamente nei confronti di queste posizioni. Se la psicoterapia informatica può avere un effetto superficialmente catartico, consentendo ai pazienti di raccontare liberamente i propri problemi e manifestare le proprie emozioni, essa rinuncia alla centralità del rapporto che si instaura tra terapeuta e paziente. Infatti, solo una relazione tra due esseri umani, partecipi di una comune condizione esistenziale, rende possibile il verificarsi del transfert, per cui il paziente reintroduce in sede terapeutica elementi

significativi del proprio vissuto pregresso, proiettandoli nel rapporto con l'analista. Quest'ultimo, assumendo una posizione di ascolto attivo, restituisce al paziente le sue esperienze attraverso un punto di vista esterno e lo accompagna verso una presa di coscienza rispetto al suo vissuto, per giungere infine a una rielaborazione e a una possibile risoluzione dei propri conflitti interni (Turkle 1997: 292-93; Turkle 2019: 174). Inizialmente, tuttavia, la stessa Turkle non si dimostra altrettanto avversa nei riguardi di quel che lei definisce «effetto ELIZA»: anche di fronte a quantità relativamente esigue di interattività, le persone tendono a personificare una macchina e a proiettare su di essa la propria complessità psicologica (Turkle 1997: 113). Tale effetto avrebbe dovuto essere considerato in maniera distinta rispetto alle relazioni interpersonali vere e proprie, che non correvano il rischio di essere confuse con quelle uomo-macchina. Chi interloquiva con ELIZA, o con altre macchine apparentemente intelligenti, non giungeva mai a considerarla davvero come partecipante a un'autentica conversazione, ma la vedeva piuttosto come un mero diario, uno schermo proiettivo o uno specchio, ossia come un'estensione del proprio sé. In realtà, sarebbe stata proprio la possibilità di manovrare il dialogo per aggirare e occultare i limiti di ELIZA a rassicurare i partecipanti in merito alla propria sostanziale differenza dal programma, facendole sentire a capo dell'interazione e ribadendo la posizione subordinata della macchina (Turkle 1997: 131-33). Cionondimeno, questa spiegazione non sembra chiarire in maniera esaustiva il motivo per cui le persone si mostrino così desiderose di stare al gioco, al punto da raggiungere un livello di intimità notevole con una mente artificiale. Soltanto negli anni successivi Turkle giungerà alla conclusione che la fiducia sempre maggiore riposta nelle relazioni con oggetti inanimati, ad esempio con i cosiddetti robot sociali, risponde a un calo di fiducia nelle relazioni umane e al desiderio di riempire questo vuoto. Non si tratta però di un problema arginato alla bell'e meglio da un palliativo, a cui si ricorre in mancanza di una soluzione migliore. Il desiderio di esprimere intimamente se stessi si scontra infatti con un senso di disillusione verso la possibilità che ciò possa accadere all'interno di uno spazio interpersonale senza essere sottoposto a un fraintendimento, a un giudizio, a un tradimento o a semplice indifferenza. Spesso a mancare sono proprio le condizioni favorevoli allo schiudersi di questo spazio, perciò il surrogato tecnico, con la sua servizievole affidabilità e la sua costante disponibilità, abbandona via via il suo ruolo

di palliativo e inizia a essere percepito non solo come l'unica soluzione, ma anche come la migliore (Turkle 2019).

Turkle percepisce una crescente labilità del confine che separa il modo in cui ci si rapporta agli oggetti “pensanti” da lei studiati e quello in cui gli individui si rapportano gli uni agli altri. A nostro avviso, si tratta di due aspetti dello stesso fenomeno, che potremmo indicare come un processo di riduzione dell'altro ai minimi termini. Gli oggetti tecnici – o meglio le idee e le finalità che in buona parte ne guidano concezione, realizzazione, modalità di utilizzo e percezione diffusa – sono simultaneamente un prodotto e una concausa di questo processo. Ciò che accomuna le macchine psicologiche, i robot sociali e le vicende della psicoterapia informatica a quanto emerso rispetto alle dinamiche interpersonali in atto su social network, blog o nella comunicazione elettronica, è una propensione a riconoscere il proprio interlocutore soltanto sulla base dei suoi requisiti funzionali, con cui egli viene identificato. A questo punto, però, l'interlocutore smette di essere tale, e non soltanto perché si tenta di confinarlo in una condizione di impotente passività. Il carattere apparentemente estremo dell'effetto ELIZA mette bene in luce come, di fronte alla gratificazione derivante da un riconoscimento puramente formale, all'assolvimento di una funzione che potrebbe essere svolta allo stesso modo da un essere umano e da un *bot*, l'eventualità che le nostre parole, le nostre esperienze o il nostro stato d'animo siano stati compresi dal destinatario a cui erano rivolti precipita nell'irrilevanza. Un'espressione di sé intesa come mera esibizione prevede l'ascolto da parte di un orecchio meccanico, di un organo sensoriale disgiunto dall'unità corporea di un individuo senziente; alla performatività della propria messa in scena corrisponde quella dell'anonimo automatismo di un “like”, atteso come un riflesso pavloviano; l'autoreferenzialità pretende che lo sguardo altrui si adegui a diventare un riflettore costantemente puntato su di sé e perda la propria capacità di azione e significazione. A essere negata, in ultima istanza, è l'interiorità dell'altro.

La socialità che prende forma nel virtuale o nella mediazione digitale si costituisce dunque come un'ibridazione tra uomo e macchina, dando vita a un nuovo stato del sé che Turkle chiama *itself* (Turkle 2019). Non si tratta semplicemente di esprimere la propria personalità, che sarebbe veicolata dal mezzo tecnologico per giungere inalterata sullo schermo del destinatario. Si verifica piuttosto, da un lato, la personificazione del dispositivo, che viene parzialmente dotato di personalità e psicologia paraumane;

dall'altro, l'individuo viene investito dall'impersonalità della macchina, la sua espressione viene selezionata, semplificata, formattata, tradotta in segnale d'informazione che possa essere trasmessa, secondo la metodicità uniformante e i criteri intrinseci che costituiscono il sistema tecnico. Tale impersonalità è ciò che garantisce che l'altro possa essere considerato alla stregua di una *terra nullius* priva di sovranità, da plasmare a propria immagine o su cui proiettare desideri reconditi ed esperienze passate. Si spiega dunque anche la facilità e la rapidità con si raggiunge un apparente stato di confidenza reciproca e di intensità emotiva (Turkle 1997: 303-04), così come Narciso si innamora repentinamente del proprio riflesso.

#### 5.4 Comunità virtuali?

Il simbolo dello specchio ricorre insistentemente nel nostro discorso ed è disseminata nell'opera di Turkle (1985; 1997; 2019), mentre si è visto come gli autori citati che operano nel campo psicoanalitico facciano frequente riferimento a dinamiche narcisistiche. Tuttavia, quest'ultime non hanno un carattere esclusivamente individuale, non riguardano cioè soltanto l'utente inteso come centro gravitazionale all'interno della sua cerchia di contatti o i rapporti che si stabiliscono nella comunicazione fra singoli. Fenomeni analoghi, infatti, possono essere osservati anche nella loro dimensione collettiva, all'interno di gruppi contraddistinti da maggiore orizzontalità e partecipazione democratica, come nel caso dei forum, luoghi virtuali dove è possibile discutere di particolari argomenti. Ripercorrendo brevemente la storia di internet, abbiamo avuto modo di affermare come il prototipo di questi gruppi sia rintracciabile in The WELL, ed è proprio in riferimento alla sua esperienza sul sito che l'entusiasta della rete Howard Rheingold scrive uno dei primi libri dedicati alle cosiddette comunità virtuali (Rheingold 1994). La seconda metà del Novecento ha visto, in tempi e luoghi diversi, il progressivo decentramento della popolazione nelle campagne e nelle periferie urbane, a cui è corrisposta una diminuzione dell'importanza dei centri cittadini quali catalizzatori della vita collettiva. Ciò è stato accompagnato da uno scemare della partecipazione politica di massa a partire dagli anni '80 e dal confinamento di buona parte del tempo libero nella sfera privata e fra le mura domestiche, con la perdita di molti luoghi di aggregazione, deputati all'intrattenimento, alla vita comunitaria o alla produzione culturale. Per certi

versi, le comunità virtuali hanno voluto rappresentare una forma di soluzione o di compensazione rispetto a questo ben noto – e tutt’ora in corso – processo di disgregazione del tessuto sociale e di isolamento individuale (Turkle 1997: 352).

Occupandosi delle relazioni sociali interne ai forum, Barbieri nota come queste presentino diversi lati positivi, come un certo altruismo, il desiderio di apprendere e di scambiare informazioni di tipo pratico o relative alla propria esperienza, la possibilità di fornire agli altri membri un sostegno emotivo e il conforto derivante dal poter condividere con altri una propria passione o dallo scoprire il carattere condiviso di un problema personale (Barbieri 2014: 129). Sui social network i gruppi di contatti costituiscono piuttosto delle mere aggregazioni di individui e la possibilità di mettersi in mostra incoraggia un narcisismo individualista che si alimenta dell’attenzione altrui e riduce la disponibilità verso il prossimo (Barbieri 2014: 134, 153). Veri e propri gruppi prendono vita soltanto in concomitanza di emozioni comuni, ad esempio quando si diffondono ondate di indignazione o commozione, ma si tratta di emozioni che fanno capo ad abbozzi di pensiero stereotipato, di modo che quest’unità effimera si disintegra non appena il fatto che l’ha generata perde interesse agli occhi del gruppo (Barbieri 2014: 154). Diversamente, il narcisismo presente nei forum è di natura diversa e paradossalmente poggia su comportamenti altruistici. Il riconoscimento e l’approvazione da parte degli altri partecipanti vengono conseguiti in base al proprio contributo alla discussione, all’aiuto portato a questo o a quell’utente, e la possibilità di costituire un modello per gli altri procura orgoglio e soddisfazione (Barbieri 2014: 128, 148). Anche in questi casi, tuttavia, persiste una certa ambivalenza nei confronti dell’appartenenza al gruppo: il senso di importanza conferito dal partecipare attivamente a qualcosa di più grande di sé convive con l’ansia generata dall’incombere di questa struttura collettiva che, così come accoglie l’individuo, minaccia anche di dissolverlo al suo interno (Barbieri 2014: 196-97). Si innescano così tutti quei meccanismi difensivi e di controllo che si sono visti all’opera per gli altri contesti di comunicazione online. L’asincronia può ancora una volta essere sfruttata a proprio vantaggio e, se il confronto prende una piega spiacevole o per qualche motivo si sente la necessità di sottrarsi all’interazione, è sempre possibile sbirciare l’attività degli altri utenti senza palesarsi, interrompere le comunicazioni senza nessun preavviso, chiudere un account o abbandonare definitivamente il sito (Barbieri 2014: 147-48).

È importante notare che, in questi frangenti, al narcisismo del singolo può sommarsi un narcisismo collettivo che lo sostiene e lo rafforza. Il membro di un forum, o di comunità virtuali affini, si deve confrontare con voci diverse dalla sua in un rapporto alla pari, ma spesso tali differenze sono minimali. Il senso di appartenenza al gruppo, infatti, si fonda su delle esperienze e un sentire comuni senza i quali il gruppo non sussisterebbe, cosicché si verifica primariamente un riconoscimento che consiste nel ritrovare nell'altro parti di sé, nel ridurre la sua differenza a un'identità per ricondurla all'interno dei margini di una totalità collettiva. L'identità e le convinzioni individuali non vengono dunque messe sostanzialmente in discussione e ciò preclude il concretizzarsi di una rielaborazione trasformativa del proprio vissuto (Barbieri 2014: 148-49). Viene inoltre persa quella conflittualità costruttiva che può prodursi nelle giuste condizioni, allorché personalità, culture, aspirazioni e sistemi valoriali diversi si trovino a condividere gli stessi spazi e la stessa quotidianità (Turkle 2019). D'altro canto, l'attenuazione delle differenze è proprio ciò che consente al narcisismo del gruppo di nutrire quello dei singoli: l'astrattezza concettuale dell'identità comune consente un'idealizzazione che sintetizza e assimila gli individui in quanto suoi elementi e li rende perfettamente uguali tra loro, appiattendone eventuali contrasti che risulterebbero difficilmente sanabili in assenza di dialogo (Barbieri 2014: 199). Si instaura allora una psicologia tribale e monodimensionale che sta alla base di fenomeni come le *echo chamber*, di cui si è già discusso, e che può giungere a glorificare abitudini distruttive, come nel caso dei disturbi del comportamento alimentare (Cantelmi et al. 2010: 91-106), o ancora incoraggiare intolleranza e discriminazione. Più banalmente, prendono piede atteggiamenti conformistici, dove l'appiattimento delle identità individuali si manifesta nell'utilizzo di gerghi specifici, nell'uniformità delle opinioni, nell'assunzione di posture moralistiche e in un'espressione fortemente codificata e ripetitiva, tutti elementi che contribuiscono a una diffusa ecolalia (Canari et al. 2020: 191). In un ambiente caratterizzato da un frenetico succedersi di pseudo-eventi, anche la pressione riguardo alla presunta necessità di stare al passo con tutto quel che accade all'interno della propria comunità può essere percepita con notevole intensità, tanto che è stato coniato l'acronimo FOMO (*Fear Of Missing Out*) a designare questa particolare e diffusa angoscia da esclusione.

Possiamo concludere la nostra disamina delle comunità virtuali notando come buona parte di quanto osservato trovi corrispondenza in fenomeni analoghi che



avvengono al di fuori di internet. Ciò sembra avvalorare, per questo settore specifico, l'importanza conferita dal modello SIDE ai fattori contestuali in gioco rispetto alla mediazione tecnologica, sebbene sia possibile sostenere che la distanza che si frappone tra gli individui nelle loro interazioni online contribuisca ulteriormente al processo di de-individuazione e quindi al prevalere dell'identità sociale. Infine, ci pare che le comunità virtuali conducano a esiti più felici quando tali gruppi non ruotano attorno alla produzione di identità condivise e al reciproco riconoscimento di esperienze affini, ma quando le esperienze di ciascuno vengono messe all'opera, impiegate al servizio di una progettualità comune, come nel caso dell'enciclopedia online Wikipedia.

## 5.5 La fragilità del sé narcisistico e la reificazione dell'altro

Comportamenti conformistici e tendenze omologanti possono essere interpretati come reazioni compensatorie, messe in atto da gruppi sociali attraversati da profonde crisi d'identità. L'abbarbicarsi su costrutti identitari semplicistici e, in forza di ciò, facilmente condivisibili costituisce un disperato tentativo di autoconservazione di fronte a un divenire complesso, vissuto come inspiegabile e minaccioso, a cui si vorrebbe contrapporre l'irrigidimento che è solito accompagnare paura e smarrimento. Si è visto peraltro come esistano delle affinità tra quanto viene riscontrato su scala collettiva e ciò che avviene a livello individuale. La mania del controllo esibita da molte persone sul piano dell'autorappresentazione, della comunicazione interpersonale e delle relazioni rivela la presenza di un sé estremamente fragile. L'insistere su una rappresentazione di sé particolarmente artificiosa e controllata porta all'estremo l'attuazione di ciò che Winnicott chiama "falso Sé" (citato in Barbieri 2014: 62-63), una strategia adattiva che consiste nel presentare una facciata di convenienza nei rapporti quotidiani e, in tal modo, preservare la propria integrità psichica, proteggendola da attriti che potrebbero scuotere parti di sé non sufficientemente stabili e robuste. Tale maschera può spesso risultare seducente per chi la osserva e galvanizzante per chi la indossa, aiutando quest'ultimo a scongiurare un potenziale senso di impotenza (Ronco & Spaccarotella 2020: 176), ma la sua funzione primaria appare piuttosto quella di assicurare circa le proprie convinzioni identitarie, positive o negative che siano, ed esorcizzare eventuali intrusioni incongrue. Soltanto la costruzione di una solida corazza permette a un sé al limite dell'evanescenza

di esporsi con sufficiente sicurezza alla presenza di un altro che viene del resto ulteriormente filtrata, governata, soggiogata. Tutt'al più, si può ancora presumere che il modo di relazionarsi dell'altro parta da presupposti coincidenti con i propri e che tenda alle stesse finalità, così da colmare la vergogna che si origina dalla distanza che separa un sé ideale da quello reale (Canari 2020: 75), o meglio, la molteplicità del proprio sé dalla riduttiva oleografia che si vuole trasmettere.

In precedenza, si è avuto modo di accennare come la fine delle grandi metanarrazioni abbia condotto alla loro sostituzione con narrazioni individuali, secondo un'epicità rinnovata rispetto al sistema valoriale contemporaneo. Secondo Umberto Eco (citato in Tramis 2020: 51), in passato, lo sguardo onnipotente di Dio assumeva una funzione genitoriale, tesa a ribadire costantemente l'esistenza degli individui e a dotarla di senso producendo una visione ordinatrice del mondo nella quale essi fossero organicamente inseriti. Il venir meno dello sguardo divino avrebbe fatto sì che il compito di conferire tale conferma esistenziale fosse assunto dall'obiettivo della camera. In generale, si può sostenere che la crisi delle religioni rivelate sia assimilabile a quella degli ordini simbolici laici, centrati sull'universalità dell'uomo e sulla razionalità totalizzante del reale. A ciò è corrisposta una frammentazione del sé a cui, nella cultura della superficie e dei simulacri, non si tenta di porre rimedio approfondendo la propria interiorità, ma confidando, ancora fideisticamente, nel potere cristallizzante dell'immagine. Lo sguardo dell'altro, divenendo tutt'uno con l'occhio della fotocamera, restituisce un'immagine la cui presunta oggettività dovrebbe garantire al sé il ripristino dell'unità perduta e la ricostituzione della domesticità del mondo. Se la religione faceva discendere l'ordine terreno da un piano oltremondano e l'ideologia lo riteneva immanente alla realtà materiale, la scomparsa di quest'ordine implica anche quella della sua eternità. Per questo motivo, la sostanzialità della propria esistenza, il suo esser portatrice di significato, non è più una verità assoluta e affermata una volta per tutte, ma richiede la rincorsa incessante della sua conferma, frustrata dalla transitorietà intrinseca allo sguardo altrui, resa ancor più palpabile da una dispersione dell'attenzione dilagante. I social media, con il loro trarre profitto dal coinvolgimento intensivo degli utenti, costituiscono il luogo in cui la promessa di tale conferma viene costantemente rinnovata, nonché puntualmente tradita da un soddisfacimento ineluttabilmente parziale e temporaneo, secondo uno schema che ricorda il futile inseguimento di Achille nei confronti della

tartaruga. Si istituisce così una ritualità che non è più fonte di rinnovamento di un equilibrio generale e neppure scandisce una temporalità collettiva, bensì diviene individualizzata e frenetica, vorticoso ciclicità di gesti anancastici volta a far perdurare un precario ordine interiore.

Queste riflessioni aiutano a spiegare quell'ambivalenza che abbiamo visto caratterizzare spesso le interazioni virtuali: fragilità e smarrimento sono all'origine di una caccia al riscontro esterno che rasenta la dipendenza, ma producono anche il ritrarsi dinanzi al timore del coinvolgimento e gli espedienti escogitati nell'illusione di poter esercitare sugli altri un controllo assoluto. Turkle individua in tale atteggiamento uno «stile schizoide»: si verificano cioè il mancato sviluppo di un modello di attaccamento sicuro e l'assenza di una solida base di autostima, che garantiscano una sufficiente autonomia affettiva e identitaria rispetto alle figure a cui, di volta in volta, vengono attribuite funzioni di cura e di convalida (Turkle 1985: 138-39). Dinanzi a un grado tale di insicurezza, anche fatti banali come il dover terminare una conversazione telefonica o il non ricevere risposta a un messaggio possono essere vissuti come una separazione o un rifiuto dolorosi (Turkle 2019). Il bisogno spasmodico delle attenzioni altrui e l'estrema vulnerabilità che ne consegue, il sentirsi disarmati di fronte alla propria dipendenza esistenziale e l'incapacità di differenziarsi dagli altri, costituiscono il sé narcisistico come un sé in stato d'assedio, che ricorre al controllo quale *extrema ratio* che salvaguardi la propria sopravvivenza. Da un lato, dunque, viene perseguita un'unità fusionale con l'altro, un annullamento totale delle differenze che possa utopicamente estinguere un bisogno insaziabile; dall'altro, si mettono in campo aggressività e finto distacco, poiché soltanto attraverso il respingimento e la negazione dell'altro è possibile una parvenza di indipendenza e di affermazione di sé. In entrambi i casi, paradossalmente complementari, il sé narcisistico vanifica ogni opportunità di superamento inibendo la propria attività di pensiero, la quale non può originarsi nell'abbattimento delle distanze o nella loro indefinita dilatazione (Barbieri 2014: 198-99), ma soltanto nell'attraversamento di una giusta distanza costantemente in via di definizione.

Un sé imprigionato in questa *impasse* riesce a interagire con l'alterità soltanto manipolandola, inserendola nelle maglie di una prospettiva autoreferenziale, trasformandola in oggetto su cui agire e imprimere una forma desiderata. Insieme alla soggettività, viene negata all'altro anche qualsiasi possibilità di inclusione in un discorso

etico, ossia in un discorso richiesto dal confronto con ciò che è vivo (Turkle 1985: 54-55), con qualcosa che non venga preso in considerazione soltanto per instaurarvi un rapporto strumentale e preordinato. Relegati al rango di oggetti, ad articoli di un inventario, gli altri non vengono incontrati e nemmeno conosciuti, ma si prestano alla quantificazione e quindi a un'accumulazione che risulta appagante. L'ampliarsi, virtualmente illimitato, della propria cerchia di contatti omologa gli individui e aggrega la moltitudine dei loro sguardi nella costituzione di uno sguardo collettivo, tanto ingigantito nella sua dimensione quanto depotenziato nella sua complessità e varietà, reso anonimo. Lo sguardo dei propri *follower* – la cui traduzione letterale, alquanto suggestiva, è “seguaci” – rende possibile contemplare se stessi attraverso gli occhi degli altri (Barbieri 2020: 136), ma secondo un'immagine che, partorita dal sé, ritorna al sé senza subire alterazioni. Si tratta perciò di un'esteriorità addomesticata, immediatamente ricondotta alla familiarità e riassorbita nell'interiorità del soggetto.

## 5.6 La necessità del corpo

Abbiamo sostenuto che individuare nell'anonimato la causa principale della facilità con cui gli individui rivelano se stessi su internet sia piuttosto semplicistico, oltre a far capo a una concezione della rete ormai obsoleta. Crediamo che questa maggiore schiettezza costituisca una delle manifestazioni di un fenomeno a cui è riconducibile anche la disponibilità a idealizzare positivamente o negativamente gli altri e quindi ad assumere nei loro confronti atteggiamenti aggressivi o di acritica adorazione. Tutto ciò non si può semplicemente spiegare tramite il calo delle inibizioni consentito dall'anonimato, che a sua volta metterebbe al riparo da giudizi, conseguenze e sanzioni in cui si finirebbe per incorrere se le interazioni avvenissero faccia a faccia. Oltre a fondare l'armonia dei rapporti sociali su una sorta di “carattere deterrente della pena”, tale convinzione non riesce a rendere conto di come abusi e venerazione si verificano anche quando la propria e l'altrui identità vengono palesate, ossia quando sono noti dati anagrafici, quando i tratti dei rispettivi volti sono ben visibili, e persino quando gli altri ci appaiono nell'immediatezza di un'immagine video trasmessa in diretta. Si è tentato di mostrare come alla base di ciò si trovi un modo qualitativamente diverso di relazionarsi con gli altri, che tende alla loro strumentalizzazione, oggettivazione e sussunzione

all'interno di un altro impersonale e indifferenziato. A nostro parere, tali modalità di relazione sono rese possibili dal venir meno della dimensione corporea nelle interazioni mediate dai dispositivi.

Insieme alla comprensione semantica, alla capacità di provare emozioni o di stabilire relazioni, una delle critiche che comunemente si avanzano all'intelligenza artificiale consiste nei limiti intrinseci alla mancanza di un'esistenza corporea e biologica (Turkle 1997: 90-91). Il filosofo Hubert Dreyfus, ad esempio, ha sostenuto che un computer o un software non potranno essere considerati pienamente intelligenti fintantoché non saranno dotati di un corpo (Dreyfus 1998): soltanto così, infatti, essi sarebbero in grado di comprendere uno dei fondamenti della condizione umana, inscindibile dall'esperienza sensibile e dalla consapevolezza della mortalità che consegue al deperimento fisico. D'altro canto, i tecno-utopisti, inclini a considerare la macchina come modello di perfezione, percepiscono la corporeità come un intralcio, laddove la virtualità del cyberspazio costituirebbe un'opportunità per liberare le potenzialità illimitate della mente dalla zavorra del corpo e dai cascami dell'esistenza fisica (Turkle 1985: 265-67), secondo una sorta di ascetismo razionalistico e una fantasia di autodeterminazione dagli esiti potenzialmente transumanistici.

Cionondimeno, quando si tratta della mediazione tecnologica applicata ai rapporti interpersonali, assistiamo all'ostentazione di una «corporeità disincarnata» (Barbieri 2020: 137), un feticcio che satura vista e udito mentre trascura i sensi di prossimità, come l'olfatto e soprattutto il tatto (Carapellese 2020: 66). La pelle, infatti, può essere intesa come la linea di confine che racchiude e definisce il sé rispetto a tutto ciò che gli è esterno e non gli appartiene, ma la sensazione generata dal contatto getta un ponte tra esteriorità e interiorità, ponendosi su questa superficie che costituisce l'intersezione tra i due insiemi e appartiene a entrambi (Barbieri 2014: 20). L'assenza di questo contatto spiega in parte le tinte espressionistiche e la forte carica emotiva che caratterizzano certi stili di comunicazione via internet. Il desiderio di colmare le distanze e di trovare un surrogato della corporeità porta a voler "toccare" gli altri con le parole, facendo ricorso a un'enfasi affettiva e sensuale (Barbieri 2014: 125). Tuttavia, si tratta di un tentativo velleitario e buona parte di queste parole e della loro emotività sono destinate a cadere nel vuoto, nel momento in cui l'assenza di fisicità impedisce l'attivazione dei meccanismi di simulazione corporea necessari all'identificazione con l'altro. Viene così compromessa

la circolarità degli scambi relazionali e dunque la possibilità di acquisire consapevolezza rispetto alle proprie emozioni e a quelle altrui (Pennella 2020b: 115). In altre parole, il sé può coltivare la propria plasticità e la propria capacità di crescita soltanto in una situazione di autentica reciprocità relazionale, e ciò avviene pienamente solo quando il sé è al cospetto dell'altro. La corporeità implica una compresenza, una condivisione dove la sincronia temporale è inscindibile rispetto alla dimensione spaziale. Il sé e l'altro si scoprono quindi partecipi della stessa circostanza che li accomuna e li definisce nel momento stesso in cui essa stessa viene definita dalla loro presenza e dalla loro relazione specifica e irriducibile. Gli studi di Joinson (2001) si erano avvicinati a questa intuizione nell'osservare le inibizioni vissute dai partecipanti ai suoi test nel momento in cui questi si trovavano a incrociare lo sguardo altrui attraverso l'uso di una webcam. La reciprocità di questo sguardo risulta nondimeno depotenziata: gli sguardi si presentano ancora come disincarnati e affetti dallo strano strabismo di chi è costretto a rinunciare al contatto visivo per osservare i propri interlocutori in uno schermo.

Emmanuel Lévinas (2004) insiste sull'importanza dell'incontro faccia a faccia quale unica possibilità di relazione radicale con l'alterità. Essere al cospetto dell'altro implica una distanza che viene incessantemente percorsa dall'io in direzione dell'altro tramite il prodursi di un discorso. A muovere verso l'altro è ciò che Lévinas chiama «desiderio metafisico» (2004: 31-32), ossia un desiderio smisurato e inestinguibile, il quale non si risolve nella soddisfazione o nella frustrazione di un bisogno, e quindi non conosce la circolarità di ciò che, nascendo nell'io, ritorna all'io dopo aver attinto all'altro come a una risorsa che si assimila per alimentare il proprio egoismo. Al contrario, nel desiderio l'io non fagocita l'altro, ma esce da sé nella tensione verso «un paese nel quale non siamo mai nati» (Lévinas 2004: 32): una terra straniera che non solo non può essere conquistata, ma nemmeno abitata, poiché priva di domesticità, refrattaria a rendersi riconoscibile e utilizzabile per scopi che non le appartengono. All'incommensurabilità del desiderio corrisponde l'espressione incarnata dal volto dell'altro che, non smettendo mai di accadere e significare, pone in questione l'identità dell'io con se stesso e gli apre la via dell'infinito. Quest'ultimo consiste in ciò che non si lascia ingabbiare entro i confini di un'idea, immobilizzare in una rappresentazione o ridurre alla ripetizione invariante di un evento passato. L'infinito non soggiace al soddisfacimento di alcuna aspettativa, bensì continua a interrogarci mostrandosi nella sua verità singolare. Frapponendosi fra l'io e

l'altro, questa mediazione tecnologica compromette l'immediatezza presente nel rapporto faccia a faccia e impedisce all'altro di rivelarsi, lo mette a tacere. Questo dev'essere allora rimpiazzato dalla sua rappresentazione, la quale diventa necessaria per la costituzione della relazione e assume una centralità esacerbata dall'estetizzazione propria della cultura dell'apparenza. Rappresentare l'altro, inibire l'autonomia del suo manifestarsi, significa sottoporlo a un'astrazione e a una concettualizzazione che preludono alla sua reificazione. Nel passaggio alla condizione di oggetto, l'altro viene privato del suo divenire e, di fatto, della sua stessa alterità, diventando perciò una proprietà che pertiene al sé e sulla quale quest'ultimo esercita il proprio potere.

Il sé narcisistico, a sua volta, perde la capacità di trascendimento che accompagna il desiderio e resta prigioniero del bisogno. Entrambi sono caratterizzati dalla loro inesauribilità, ma mentre il primo designa il protendersi di una pienezza verso una sempre rinnovantesi ulteriorità, il secondo scaturisce da un'insufficienza, da una mancanza che, appartenendo al soggetto, finisce per ricostituirsi identicamente insieme a esso, condannandolo a ripetere i gesti di chi tenta vanamente di colmare un pozzo senza fondo. Il vampirismo del sé narcisistico lo costringe a un'esistenza in negativo, lo reclude in un limbo dove egli cannibalizza gli altri per preservare un senso embrionale di sé, che tuttavia minaccia perennemente di sgretolarsi e di lasciarlo precipitare nell'indifferenziato. Sopraggiunge così una condizione in cui ci si scopre incapaci tanto di intessere una vera relazione con gli altri, quanto di sperimentare una solitudine feconda (Turkle 2019). L'iperconnettività costituisce un cordone ombelicale che permette a un sé fragile di isolarsi dai rischi relazionali mantenendo attivo un flusso di interazioni sociali a bassa intensità, ma caratterizzato da ritmo e capacità di controllo elevati. Si tratta di un rilassante rumore di fondo composto dagli stimoli prodotti istantaneamente dallo scambio di segnali informativi, che consentono a mittente e destinatario di incrociarsi fuggacemente senza incontrarsi mai. La facilità di accesso a questa forma di godimento a buon mercato spoglia i rapporti umani del valore insito nel tempo sperperato nel coltivarli, un tempo necessario al crescere spontaneo di quelle esperienze che li rendono unici rispetto a tutti gli altri. Allo stesso modo, si sottrae tempo necessario a quella solitudine che può portare a un'interiorità sufficientemente autonoma e matura, in grado di vivere consapevolmente le proprie emozioni senza aver bisogno di dar loro concretezza tramite esternazioni impulsive e senza dover sempre ricorrere all'assistenza di un pubblico. Una solitudine di

questo tipo non si traduce in isolamento e ritiro dal mondo, ma in una pratica introspettiva che consiste nell'imparare a percepire dentro di sé il particolare riverbero generato dalle cose esteriori.

La situazione sin qui descritta non va considerata come un'aberrazione di quelle che sarebbero l'identità e le relazioni umane sorprese in un loro fantomatico stato di natura. Non si tratta di perversione, bensì di una tendenza che vede i comportamenti e i paradigmi culturali a essi soggiacenti diffondersi fino a raggiungere uno stadio compiuto di normalizzazione, ossia fino a diventare senso comune. È possibile che la sinergia tra una maggioranza di individui dotati di un sé acerbo e la rassicurante superficialità dei rapporti filtrati dalla tecnologia produca una ridefinizione dei concetti di intimità e di relazioni (Turkle 2019). La presenza costante dei dispositivi nella vita quotidiana ha finito per farsi beffe della separazione tra reale e virtuale proclamata dai tecno-utopisti una trentina di anni fa, mentre i due mondi si influenzano al punto da rendere ogni distinzione quasi superflua. Per Turkle (2019), la familiarità con la tecnologia ha già portato al riassetto di quanto si intende per intelligenza su criteri strettamente cognitivi e ciò sembra preannunciare un simile riduzionismo sul piano degli affetti. Baron (2008: 42-43) osserva come la "gestione del volume" concernente le interazioni online sia filtrata al di qua dello schermo: se fino a non molto tempo fa evitare di dare piena attenzione al proprio interlocutore era considerato una mancanza di rispetto, ora molti si dedicano al *multitasking* anche dal vivo, facendo uso dei loro smartphone durante le conversazioni faccia a faccia. Nel momento in cui le interazioni assumono un carattere transazionale e l'altro, costruito intorno alle proprie esigenze, ricopre un ruolo che potrebbe essere ugualmente esercitato da un'intelligenza artificiale priva di coscienza, un'idea di relazionalità altamente standardizzata, che privilegi funzionalità, performatività e utilità per le parti in causa, ottimizzando l'efficienza nello scambio d'informazioni, potrebbe risultare più appetibile e, a conti fatti, vincente. Parallelamente, la svalutazione della condivisione e dell'esperienza intersoggettiva condurrebbe alla loro esclusione da quanto comunemente inteso per rapporto interpersonale. La ridefinizione dei canoni dell'esperienza finisce infatti per delineare l'orizzonte d'attesa di quanto è possibile vivere, concepire, desiderare. Resta quindi da vedere quali siano le implicazioni di questa meccanizzazione dei rapporti rispetto allo spettro di potenzialità che si rendono disponibili a variare e arricchire l'esistenza di ciascuno.



## 5.7 Sé proteiforme vs. sé cristallizzato

Finora si sono passati in rassegna i modi in cui le tecnologie digitali contribuiscono alla definizione di svariati fenomeni di carattere psicologico e sociale: dalla circolazione dell'informazione alla fruizione di contenuti culturali e di intrattenimento; dal confronto tra opinioni divergenti alla costruzione di una propria immagine pubblica; dalle questioni legate all'identità a quelle relative alla comunicazione e alle relazioni. Alla luce delle osservazioni fin qui compiute, riteniamo che la fisionomia disparata di questi elementi finisca per rivelare la loro convergenza verso un effetto complessivo che ne costituisce il denominatore comune. Tale effetto consiste in una sclerotizzazione della soggettività che dà come risultato un sé statico e avvizzito.

Sin dall'inizio dei suoi studi, Turkle ha interpretato la natura eclettica del computer come un invito all'esplorazione e all'espressione della propria individualità (Turkle 1985: 6), riscontrabili ad esempio nei diversi stili di programmazione adottati da professionisti, appassionati, o addirittura dagli alunni che in alcune scuole elementari muovevano i primi passi nell'informatica (Turkle 1985: 102). L'introduzione dell'interfaccia grafica a metà degli anni '80 ha conferito maggiore creatività alla pratica della programmazione, consentendo a un ampio numero di persone di manipolare oggetti virtuali e cimentarsi così in una sorta di *bricolage* informatico (Turkle 1997: 38-43). Questo approccio "morbido" permette di far emergere lati della propria personalità di cui non si aveva consapevolezza, rendendoli tangibili e osservabili sullo schermo e fornendo in tal modo degli stimoli per l'introspezione e la scoperta delle proprie potenzialità (Turkle 1985: 160, 174).

Si tratta di un elemento ludico e creativo che assume una valenza identitaria particolarmente evidente nel caso dei MUD (acronimo che di volta in volta può esser reso come *Multi-User Dungeon*, *Multi-User Dimension* o *Multi-User Domain*), videogiochi di ruolo tecnicamente primitivi che hanno conosciuto una grande popolarità negli anni '80. Basati su ambientazioni e *topoi* tipici del genere *fantasy*, i MUD consentono ai giocatori di vestire i panni di personaggi fittizi e di interagire gli uni con gli altri attraverso l'invio di messaggi di testo. In tal modo, chi partecipa a questi giochi non solo contribuisce all'ideazione di narrazioni che possono assumere risvolti piuttosto complessi e immaginifici, ma nell'involucro protettivo offerto dall'anonimato della mediazione

tecnologica, incontra anche la possibilità di sospendere la propria consueta identità e di allontanarsene a piacimento, facendo esperienza delle situazioni più diverse e muovendosi liberamente tra personalità, ruoli sociali, generi e orientamenti sessuali differenti (Turkle 1997: XII-XIII). Dal punto di vista interattivo, i MUD stimolano un «pensiero labirintico» (Barbieri 2014: 154-55), capace di tener conto non solo delle inclinazioni e della volontà del proprio personaggio, già di per sé trascendente rispetto al suo autore, ma anche di rimanere sufficientemente flessibile e aperto nei confronti delle intenzioni e dei comportamenti altrui, con i quali è necessario confrontarsi e negoziare. In definitiva, le dinamiche narrative interne ai MUD, a partire dall'impiego dell'eteronimia, danno corpo a un sé molteplice e sfaccettato, accentuano la capacità soggettiva di ricoprire ciclicamente una varietà di ruoli e smentiscono il mito di un'identità autentica e coerentemente compatta (Turkle 1997: 264-67, 273-74). I giocatori accedono a un repertorio narrativo interiorizzato che ha origine nella sintesi simbolica delle loro esperienze esistenziali, ma non si esaurisce in queste, bensì le elabora in un ventaglio di possibilità che concretizzano parti di sé potenziali o scarsamente attualizzate, cui si aggiunge un ulteriore contributo creativo da parte dell'interazione con il vissuto e l'immaginazione degli altri (Barbieri 2014: 156).

Il fattore creativo risulta infatti particolarmente rilevante, poiché implica la negazione di un'identità immobile e definitivamente decisa dalle circostanze, sostituendole un'identità *in fieri* alla cui interminabile costruzione è possibile partecipare attivamente. In questi casi l'idea di virtualità si mescola con quella di possibilità, intesa anche come accesso parziale a condizioni, storie e destini personali diversi dai propri, ossia come la possibilità di agire e pensare in quanto altri da sé. In relazione al nostro discorso, è interessante sottolineare come tutto ciò si realizzi attraverso modalità narrative proprie della scrittura, come del resto la stessa Turkle (1997: 271) non manca di far notare brevemente. La studiosa americana accosta questo fenomeno di abbandono delle proprie presupposizioni e dei propri retaggi culturali al *dépaysement* vissuto personalmente dagli etnologi (Turkle 1997: 324-25), ma forse una certa affinità si può riscontrare anche nello straniamento teorizzato dai formalisti russi e nel modo in cui la letteratura ha spesso saputo illuminare culture e usanze da angolazioni inaspettate, spogliandole della loro pretesa universalità. I MUD sembrano collocarsi nel mezzo rispetto a questi due esempi, impiegando la scrittura come veicolo d'esperienza, in una modalità più esplicitamente

interattiva rispetto alla lettura di un libro, ma con un grado di partecipazione inferiore rispetto al lavoro di un antropologo sul campo. In ogni caso, i benefici e la durezza di tale esercizio creativo non sono poi così scontati. Infatti, affinché si producano degli effetti sostanziali sul proprio senso di sé e sulle proprie disposizioni, è necessario che le persone, forti di una nuova consapevolezza, integrino quanto appreso online nel contesto più ampio della propria esistenza offline (Turkle 1997: 301-02). In caso contrario, questa metamorfosi può risultare fine a se stessa e consistere in niente più che in un continuo assemblaggio di frammenti identitari, che non si coagulano e non attecchiscono nell'interiorità dell'individuo, ma si limitano a fluttuare in superficie (Barbieri 2014: 194).

Turkle paragona la sperimentazione che trova spazio nei MUD alla moratoria psicosociale associata dallo psicoanalista Erik Erikson alla fase adolescenziale di sviluppo dell'identità (Turkle 1997: 298-99). Durante questa fase viene applicato un certo grado di indulgenza verso comportamenti che, in età adulta, verrebbero criticati con maggiore durezza. Gli adolescenti riescono così a sfuggire parzialmente alle conseguenze delle loro azioni, approfittando di tale libertà per sperimentare intensamente con idee, identità e relazioni, in attesa di scoprire quel che meglio si confà alle loro inclinazioni e ai loro desideri. Nel contesto virtuale, tuttavia, questa sospensione accordata a responsabilità e preoccupazioni può trasformare i MUD o altri ambienti affini in bozzoli in cui personalità già di per sé fragili possono trovare un riparo dai propri problemi e una costante fonte di rassicurazioni. In fin dei conti, la complessità delle vicende e delle interazioni che hanno luogo nei mondi virtuali ha il vantaggio, non indifferente, di essere circoscritta al loro interno, il che garantisce in ogni momento la sua immediata semplificazione tramite la presenza di un'uscita di sicurezza. Oltre a paventare il possibile sviluppo di una vera e propria dipendenza (Turkle 1997: 272; Cantelmi et al. 2010: 45-46), quest'utilizzo della rete come rifugio, improntato alla mera evasione, implica la perdita di vista del carattere transitorio implicito in ogni fase adolescenziale. Preferendo abitare eternamente questa fase, si accetta di rinunciare alla crescita inscritta nella sua transitorietà e di oltrepassarla in vista di un'età matura. Anziché essere elaborate, le proprie difficoltà vengono semplicemente "messe in scena", ripetute compulsivamente in situazioni differenti, in un passaggio all'atto che comprime e annulla lo iato necessario all'emergere di una discontinuità significativa (Turkle 1997: 294-95). Infine, la moratoria

che vige più o meno tacitamente e in diversa misura nelle varie comunità virtuali non rassicura di per sé sul fatto che i lati della propria personalità a cui si può dare libero sfogo siano necessariamente degli esempi di virtù specchiata, e ciò può esporre a soprusi anche gravi utenti che non possiedono le risorse psicologiche ed emotive per tutelarsi adeguatamente, magari a causa della loro giovane età.

Tornando a occuparci delle modalità di navigazione del web oggi più diffuse, è difficile non notare il forte contrasto con quanto esposto in merito alle possibilità di creazione e di scoperta riscontrate nei MUD. In quest'ultimi, la ripetitività ciclica, riscontrabile nella riattivazione di vissuti traumatici e conflitti irrisolti, costituisce una possibilità rilevante ma tutt'altro che totalizzante rispetto alla varietà delle esperienze rese disponibili dalla configurazione formale dei MUD stessi. I social network e le piattaforme online, d'altro canto, assicurano i propri profitti facendo ricorso alla personalizzazione automatizzata, e questa a sua volta si basa su una logica predittiva che ha come principale risultato la riproposizione dell'identico. Si tratta di una logica induttiva fondata su una presupposizione erronea, che costituisce però anche un'intenzionalità e finisce per concretizzarsi come una profezia autoavverantesi: si presume che le preferenze, la mentalità, le abitudini e la personalità di una persona saranno le stesse anche in futuro e, allo stesso tempo, si agisce affinché esse lo siano, per minimizzare i rischi economici connessi all'imprevedibilità propria dell'umano quale fatto complesso, composito e sfuggente. È pur vero che su internet gli utenti sono contemporaneamente fruitori e creatori, ma ciò che essi producono diventa ciò che viene fruito solo dopo essere passato attraverso le maglie della piattaforma e delle politiche aziendali. Un post, una foto, un video, assumono un proprio significato e ne modulano l'intensità anche in base al grado di visibilità che ricevono, al ritmo con cui vengono assimilati, alla loro collocazione accanto ad altri elementi più o meno affini rispetto a loro. Inoltre, la potenza dirompente dell'esperienza estetica viene smorzata dall'appiattimento che trasforma l'opera in contenuto, all'interno di una tassonomia dove ciascun elemento, smarrito all'interno di un catalogo smisurato, viene definito precipuamente quale bene di consumo ed è in grado di lasciar ben poche tracce di sé, trascinato com'è dal flusso percettivo di cui gli utenti sono assuefatti. A loro volta, le scoperte fortuite, che potrebbero avvenire in un ambiente così vasto da essere pervaso da una forte serendipità, sono in buona parte compromesse quando l'intervallo ottimale di variazione viene considerato quello sufficiente a

mantenere vivo l'interesse dell'utenza. Sul piano comunicativo, le potenzialità trasformative veicolate dal contatto con idee, opinioni, prospettive e culture diverse sono soffocate dal modo in cui gli organi d'informazione, competendo gli uni con gli altri per accalappiare il pubblico, fanno leva su impulsività ed emotività, contribuendo a una polarizzazione diffusa e alla formazione di gruppi caratterizzati da forte omofilia interna. Infine, la cultura edonistica ed estetizzante dell'autorappresentazione ha trovato nella rete un mezzo di diffusione capillare che, grazie anche al venir meno della corporeità, istituisce un rapporto con gli altri che viene subito troncato per reificarli, strumentalizzarli, privarli della loro soggettività e sottometterli al proprio controllo. In tal modo, tuttavia, ci si priva anche di quel contributo che soltanto l'alterità in quanto tale è in grado di apportare alla costituzione di sé.

Pur nella loro eterogeneità, i fenomeni presi in esame rivelano, nel loro complesso, il carattere irrinunciabilmente relazionale di ogni fatto identitario, a prescindere dalle modalità percettive, linguistiche, emotive o razionali attraverso cui avviene tale relazione. Questa relazionalità configura l'identità come un processo senza *telos* e situa la sua costituzione nell'incontro, nello scambio vicendevole tra idee, individui, gruppi che si definiscono e prendono forma nella loro differenziazione. Di contro, il modello egemonico, insieme economico e culturale, che ha plasmato internet come oggi lo conosciamo, astrae l'identità dal terreno organico del suo concepimento e della sua negoziazione, per farne un'entità perfettamente compiuta, auto-conclusiva e autosufficiente, forzosamente perpetuata dalla logica algoritmica e, di fatto, in palese contrasto con quella socialità che molte aziende del settore proclamano di voler promuovere. Guardandosi bene dall'elogiare la pluralità del sé virtuale che Turkle e altri guardavano con entusiasmo durante gli anni giovanili di internet, Mark Zuckerberg ha dichiarato che anche il possesso due identità personali è da considerarsi «sinonimo di scarsa integrità» (citato in Pariser 2012). Dev'essere per questo che tutte le informazioni che Facebook raccoglie a proposito di ciascun utente, sia all'interno che all'esterno del sito, vengono organizzate e fatte confluire in un Facebook ID, un profilo unico che viene presentato agli inserzionisti come la rappresentazione onnicomprensiva di quello specifico utente (Smyrniotis 2018: 129). Alla complicata identità della persona, si predilige la rassicurante identità del consumatore.

Si può notare come il rifiuto della complessità in nome di un maggiore controllo si ritrovi tanto nell'impostazione ideologica che struttura il sistema nel suo complesso, quanto nella psicologia dei singoli individui. Ciò può servirci da esempio per evidenziare come quanto detto finora circa l'identità individuale non può che riverberarsi sul piano collettivo e culturale. Sarebbe meglio dire, anzi, che il piano del singolo e quello sociale non possono che implicarsi e influenzarsi reciprocamente, per quanto questa banalità venga talvolta dimenticata. Si prenda, per esempio, la crisi del pensiero, su cui si interrogano diversi degli autori consultati, da diverse angolazioni. Secondo un'ottica psicoanalitica, che si concentra sull'esistenza psichica dell'individuo, un pensiero che sia significativo per la vita di una persona si costituisce a partire da una situazione di problematicità, da uno scarto rispetto a ciò che si pensava fosse noto o da un contrasto che si è chiamati a ricomporre. La negazione di questa problematicità, la fuga davanti alla sfida posta dall'imprevisto e dall'ignoto, generano false certezze e consolazioni inadeguate, le quali mettono al riparo dal disagio che accompagna naturalmente ciascuna situazione di conflitto, ma che è anche parte integrante di ogni percorso di autentico apprendimento, di simbolizzazione dell'esperienza e, dunque, della produzione di pensiero (Barbieri 2014: 194).

La forma assunta da tali certezze e consolazioni, di natura palliativa, può essere illustrata efficacemente da un punto di vista psicologico. La simultaneità, consentita dai processi paralleli e dall'accumulazione di schede e finestre tipica dell'interfaccia grafica, si unisce al succedersi rapido di stimoli e informazioni di cui abbonda la rete. Ciò incoraggia il *multitasking* e, a sua volta, questa pluralità di attività cognitive produce un pensiero puntiforme, reticolare, molto diverso dal pensiero lineare, di tipo logico-argomentativo. Il pensiero reticolare, se fosse lasciato libero di smarrirsi in una deriva esplorativa, favorirebbe la curiosità, le scoperte e gli accostamenti inusuali. Allo stato attuale, tuttavia, il *multitasking* si riduce spesso a una sorta di *zapping* televisivo, durante il quale si passano frettolosamente in rassegna contenuti non troppo dissimili tra loro e si attua un processo bulimico di accumulazione che produce un pensiero disattento, dispersivo, e un apprendimento superficiale (Barbieri 2014: 158-60). In quella sorta di ibridazione uomo-macchina di cui si è detto, l'attività mentale riproduce così la schematicità della logica algoritmica, rinnovando ciclicamente idee, gesti e comportamenti che si radicano attraverso la loro ripetizione (Pariser 2012). Siamo di

fronte a processi cognitivi individuali che, per così dire, si automatizzano, assimilando la rigidità operativa di un sistema epistemologico sovra-individuale e, in ultima istanza, impersonale, altamente formalizzato e strutturato secondo una precisa consequenzialità dei suoi elementi.

Ampliando ulteriormente lo sguardo, possiamo sostenere che la messa a repentaglio di un pensiero radicalmente creativo e la conseguente cristallizzazione dell'identità trovano riscontro sul piano della cultura. Quando queste circostanze non riguardano soltanto l'individuo, ma diventano un fenomeno di massa, allora la segmentazione e la contrazione del tempo, interamente dedicato alla produzione e al soddisfacimento quanto più istantaneo di bisogni, impediscono al desiderio di germogliare e svilupparsi, di tendersi verso ciò che ancora non è, fino al concepimento un pensiero in grado di confrontarsi con la complessità e l'evolversi degli eventi. Al posto di un pensiero insieme comune e plurale, capace di ramificarsi e dispiegarsi nel tempo, di seguire e contribuire alla germinazione delle possibilità, si generano singoli pensieri, frammentari e semplificati (Pennella 2020b: 109), che non costituiscono tanto la produzione di senso propria della cultura, ma appaiono come mera exteriorità e costituiscono una sorta di «maxi agito collettivo» (Tramis 2020: 58). Incapace di trascendersi e far breccia nei propri confini, quest'affaccendarsi senza fine e senza meta trova il suo unico esito possibile in un'inadeguata riproduzione e amministrazione dell'esistente – o meglio, del già esistito – e in un corrispondente collasso dell'immaginazione. Non sono soltanto i singoli, dunque, a incorrere in un esaurimento delle risorse mentali che permettano loro di attualizzare le proprie potenzialità, di espandere le proprie capacità di azione e trasformazione; anche la società nel suo complesso finisce per cadere in uno stato di inerzia e inettitudine, mostrandosi impotente rispetto alla necessità di pensare a una diversa qualità della vita e di inventare modalità di organizzazione che tengano conto degli sconvolgimenti relativi al proprio ecosistema.

Per chiarire ulteriormente la natura dell'interrelazione che lega individuale e sociale, psichico e collettivo, e tentare una sintesi teorica che possa abbracciare la varietà dei fenomeni sin qui esaminati, faremo ora riferimento al concetto di individuazione, così come è stato pensato e sviluppato da Gilbert Simondon, e alle riflessioni compiute da Bernard Stiegler nel solco tracciato dal suo predecessore.





## 6. Simondon: Il principio d'individuazione

Nella sua tesi di dottorato, intitolata *L'individuazione alla luce delle nozioni di forma e di informazione* (2020), Gilbert Simondon assume come tema centrale l'ontogenesi, ossia l'origine e lo sviluppo dell'individuo, considerando quest'ultimo nelle sue diverse condizioni di esistenza – fisica, biologica e psichica – per pervenire infine alla dimensione del collettivo. L'intento è quello di proporre un modello alternativo all'ilomorfismo di stampo scolastico-aristotelico, secondo cui l'essere contingente risulterebbe dalla composizione dei principi di forma e materia, preesistenti e dotati di una propria sostanzialità rispetto all'individuo stesso. L'esistenza di tali principi viene postulata a partire dall'individuo, mentre – sostiene Simondon – si rende necessario compiere il percorso inverso, ossia pensare l'individuo attraverso la sua individuazione. Per far ciò, l'essere non potrà essere semplicemente identificato con una sostanza costantemente uguale a se stessa e in opposizione al divenire. Si tratta piuttosto di considerare il divenire stesso come una dimensione propria dell'essere, la quale consiste in un succedersi di fasi che si producono a causa dello sfasarsi dell'essere rispetto a se stesso, a causa, cioè, di una tensione tra diversi potenziali che risultano reciprocamente incompatibili. Tale incompatibilità, o disparazione tra diversi ordini di grandezza, rappresenta una problematica aperta che trova una risposta nell'individuazione, la quale a sua volta consiste nella modalità di svolgimento del divenire, secondo la comparsa di fasi nell'essere e nella loro risoluzione all'interno di una tendenza strutturante che stabilisce un ordine intermedio. Si tratta tuttavia di una risposta che, a ben vedere, risulta sempre parziale e provvisoria. Facendo riferimento alla fisica quantistica, Simondon immagina ciascuna fase come la saturazione energetica di un sistema che si trovi in una condizione di relativa stabilità. Una volta superata la soglia che consente al sistema di mantenere la propria struttura attuale, l'eccedenza energetica provoca una riconfigurazione complessiva del sistema stesso attraverso l'attualizzazione della sua energia, nonché il raggiungimento di un nuovo equilibrio metastabile, ossia un equilibrio caratterizzato da un certo grado di precarietà dovuta alla conservazione di potenziali energetici all'interno del sistema così rinnovato. L'essere risolve dunque le proprie tensioni mantenendole sotto forma di struttura e conserva se stesso attraverso il divenire.

Attraverso l'individuazione, l'essere si differenzia per risonanza interna, il che porta alla comparsa dell'individuo e dell'ambiente a esso associato.

Si è detto che un sistema attua un passaggio da uno stato di equilibrio a un altro quando una differenza di potenziali innesca una ristrutturazione generale. Questa ristrutturazione, che coincide col processo di individuazione, è sempre un'operazione di tipo trasduttivo, sia essa di tipo fisico, biologico, mentale o sociale. Ciò significa che l'energia alla base dell'individuazione si rende disponibile e comunicabile nella totalità del sistema e che l'individuazione è in grado di produrre effetti in ogni suo punto, secondo una propagazione progressiva che corrisponde alla strutturazione stessa. Inoltre, ciascun settore individuato diventa contemporaneamente condizione costituente per l'individuazione del settore successivo, dando luogo a una sorta di reazione a catena che risulta tuttavia priva di aspetti strettamente deterministici. Il carattere trasduttivo dell'individuazione fa sì che essa non comporti alcuna riduzione dei diversi ordini di grandezza che costituiscono la problematica da ricomporre in sistema. Non si tratta, cioè, di trovare un termine comune che risolva l'incompatibilità in un'intersezione tra insiemi distinti e nella liquidazione di ciò che li differenzia. All'opposto, tutti gli elementi sono compresi e integrati nella riconfigurazione del sistema, la quale trova nella loro disparazione il fondamento per una nuova significazione complessiva. Per quanto riguarda l'informazione, non vi è dunque alcuna perdita, bensì un *surplus* corrispondente a un'unità che si dimostra ulteriore rispetto alla somma delle sue parti. L'informazione, allora, non andrà confusa con il segnale d'informazione, che mette in comunicazione due termini di una relazione, e men che meno con il termine stesso della relazione, poiché essa stessa consiste in attività relazionale che emerge quando si scopre una dimensione in grado di organizzare e ricostituire a sistema l'incompatibilità iniziale di reali disparati e in tensione tra loro. In altre parole, l'informazione costituisce il significato dell'operazione di individuazione e non è mai data a priori, ma si dà sempre in contemporanea all'individuazione stessa, essendo irriducibile a una formula che la preceda e refrattaria a qualsiasi quantificazione astratta che pretenda di estrapolarla dal suo sistema di riferimento. Ciò significa che quel che vi è di unico in un individuo va rintracciato nell'unicità del suo processo di individuazione, che si dipana di volta in volta secondo particolarità proprie e produce effetti altrettanto specifici, mentre nell'informazione corrispettiva a ciascuna individuazione risiedono il senso di

quest'ultima e la singolarità dell'individuo. Nel caso di un soggetto dotato di attività vitale e psichica, Simondon sostiene la necessità di considerare non tanto la quantità o la qualità dell'informazione, ma la sua intensità. Il soggetto è cioè sempre orientato da un dinamismo vitale e situato concretamente nel mondo secondo propri istinti, tendenze e passioni, cosicché l'informazione si configura contemporaneamente come ciò che consente e risulta imprescindibile dal complesso di tale collocazione. Infine, sebbene l'informazione in quanto tale non possa essere considerata come termine di una relazione, in qualità di attività relazionale essa può mettere in relazione esseri individuati e innescare un nuovo processo individuante che li integri in un sistema più ampio.

Abbiamo visto come l'equilibrio raggiunto in concomitanza di un'individuazione porti sempre con sé un certo grado di transitorietà che non pregiudica il divenire in quanto dimensione propria dell'essere. Ciò si spiega con il fatto che l'essere individuato conserva in sé, sotto forma di potenziali, un residuo di realtà preindividuale. Tale realtà precede la differenziazione da cui scaturisce l'individuo e proprio per questo contiene in sé uno spettro più vasto di esiti possibili. Il fatto che il preindividuale mantenga una propria parziale presenza nell'individuo fa sì che questa riserva di possibilità possa slatentizzarsi attraverso l'attualizzazione di nuove individuazioni, ossia attraverso la risonanza interna di un sistema più ampio, all'interno del quale l'individuo si costituirà come elemento in relazione con altri sottoinsiemi del sistema. Questo perdurare del divenire emerge in maniera tanto più chiara nel caso del vivente, la cui peculiarità consiste proprio nel consistere, allo stesso tempo, in essere individuato, individuante e individuantesi. Non a caso, Simondon finisce per indicare il preindividuale con il termine «natura» (2020: 412), dove questa sarebbe da intendersi come «realità del possibile» e, nell'accezione della filosofia presocratica, come φύσις, il divenire vivente del mondo. Altrove, Simondon giunge a identificare l'individuazione con la vita stessa (2020: 41). Se l'individuazione fisica si verifica in tempi relativamente brevi e comporta una scissione netta tra individuo e ambiente, con una conseguente diminuzione delle tensioni complessive del sistema, nel dominio vivente il potenziale di metastabilità viene mantenuto quale condizione primaria per la conservazione della vita. Ciò pone in contrasto la relativa staticità e la sostanziale passività dell'individuo fisico, ridotto a mera struttura spaziale, con l'attività dell'organismo biologico, che rimane tale fintantoché risulta in grado di rinnovare la propria presenza, ossia la propria esistenza in rapporto a se stesso e al mondo esterno.

Affinché ciò avvenga, l'individuo vivente stabilisce nuovi equilibri metastabili capaci di risolvere le problematiche che di volta in volta lo coinvolgono, e ciò si traduce in un regime di individuazione permanente, di modo che «vivere consiste nel perpetuare una permanente nascita relativa» (2020: 392). In primo luogo, l'essere vivente si presenta essere individuato, ossia come risultato di un'individuazione che costituisce la sua origine, il che lo accomuna all'individuo fisico. Secondariamente, esso rappresenta un sistema a sé stante, dotato di risonanza interna, e si configura dunque come il teatro di un'individuazione finalizzata al mantenimento delle condizioni vitali interne. Infine, l'individuazione originaria non si esaurisce nel vivente come nell'individuo fisico, bensì viene amplificata grazie alla riserva di realtà preindividuale, cosicché l'individuo biologico modifica se stesso e le relazioni col proprio ambiente, rivelandosi altresì come agente d'individuazione.

Se il dominio del vivente presenta ulteriori stadi di individuazione rispetto a quello fisico, lo stesso dicasi per l'individuo psichico rispetto a quello puramente biologico. Infatti, accanto all'individuazione vitale che si nutre costantemente del proprio fondo preindividuale, l'essere psichico si dimostra in qualche modo fedele alla propria individuazione biologica rinnovandone parzialmente la potenza originante, ma superandola in direzione di una individualizzazione e del possibile avvento di un'individualità psicologica. Quest'ultima si produce nell'insoddisfazione che inquieta l'equilibrio omeostatico perseguito dall'individualità vivente e si regge su di essa senza comprometterla, tendendo a un'ulteriorità che non si lascia alle spalle il proprio substrato biologico. L'essere individuato è accomunato ai suoi simili dalla natura analoga delle rispettive individuazioni originarie, ma se ne differenzia tramite l'individualizzazione, che integra elementi di accidentalità e contingenza in quel che va a costituire la singolarità dell'individuo. La relazione mista tra essere individuato ed essere individualizzato istituisce la personalità dell'individuo, che fa convergere universalità originaria ed esiti particolari in un'unità d'essere, oltre a porsi quale principio e fondamento della relazione asimmetrica e differenziata con le personalità altrui. Ciò che distingue l'individuo psicologico dal vivente puro è che quest'ultimo mantiene una certa eterogeneità tra condotta ed esperienza, poiché integra l'esperienza passata nella condotta presente ma non si dimostra in grado di fare il contrario; il secondo, invece, tramite la coscienza riflessiva di sé, può raffigurarsi l'esperienza come condotta del passato che conservi un

certo grado di presenza, così come la condotta presente può essere rappresentata anticipatamente come esperienza a fondamento di ciò che ne seguirà. In tal modo, l'individuo psicologico conferisce a condotta ed esperienza uno stesso statuto ontologico e istituisce una relazione di reciprocità tra ordine di simultaneità e ordine di successione che non si trova nel vivente puro. Questo aspetto relazionale costituisce l'ambito psicologico come regime di trasduttività, lo stesso regime che attua una mediazione tra la trasparente intenzionalità della coscienza e le oscure motivazioni dell'inconscio. L'individualità psicologica si afferma dunque come una sovrimpressioni di esteriorità cosciente e interiorità subcosciente, mentre al suo centro si colloca lo strato del subconscio, nucleo di affettività ed emotività in grado di mediare trasduttivamente tra conscio e inconscio.

In buona sostanza, ciò che più ci preme evidenziare è come la trasduttività tipica dell'individuo psichico emerga nel momento in cui l'individuazione vivente risulta insufficiente per risolvere una problematica di cui l'individuo stesso rappresenta un elemento, richiedendo l'intervento diretto di quest'ultimo per pervenire a una risoluzione. Decentrandosi dalla realtà biologica per assumere la propria individualità psichica, l'individuo che interviene con la propria azione si costituisce in soggetto, ovvero come «unità dell'essere in quanto vivente individuato ed in quanto essere che si rappresenta la sua azione attraverso il mondo, come elemento e dimensione del mondo» (2020: 40).

Prima di passare oltre, riteniamo che quanto abbiamo detto finora ci permetta di precisare quale sia la nozione di individuo secondo Simondon. Tale precisazione, a sua volta, chiarirà in parte la rilevanza e l'importanza del suo pensiero in relazione al nostro discorso complessivo. Dato che l'individuazione consiste principalmente in un processo di mediazione tra diversi ordini di grandezza, che pervengono a una reciproca compatibilità attraverso la loro ricomposizione all'interno di un sistema in equilibrio metastabile, il fulcro della realtà individuale non può essere riscontrato né in una sostanza, né nell'interiorità, e nemmeno in una relazionalità che contempi l'individuo quale termine in relazione con altri termini individuali. Concepire l'individuo come ciò che è in rapporto con altri individui non è di per sé errato, ma può diventarlo nel momento in cui lo si consideri come unità separata e compiuta che preceda la relazione e ne esca sostanzialmente inalterata. Si tratta, piuttosto, di pensarlo come snodo, punto nevralgico di una relazione costituente, metastabile e trasduttiva, che lo attualizza e lo forma proprio

nel momento in cui trova una specifica risoluzione nella sua singolarità. Secondo le parole dello stesso Simondon, l'individuo non si trova tanto *in* relazione, bensì è «*della relazione*» (2020: 86), ossia va necessariamente compreso attraverso la sua individuazione. Esso possiede una vera e propria interiorità, in opposizione a un'esteriorità, soltanto nel momento in cui sia un individuo compiuto, in un equilibrio inerte e privo di potenziali che possano innescare altre individuazioni, ma come si è visto, per Simondon questa eventualità riguarda esclusivamente l'individuo fisico. Ne consegue che l'idea di un individuo dotato di aseità, che sussista cioè per se stesso, risulta priva di consistenza. Oltre a ciò, l'individuo rappresenta «un'assiomatica spazio-temporale» (2020: 355), un insieme coerente di principi basati sulla reciproca convertibilità della dimensione spaziale e di quella temporale, che vede l'individuo divenire in funzione della sua struttura ed essere strutturato in funzione del suo divenire, secondo un accordo di simultaneità e successione. Relazione e divenire, colti nella particolare e indissolubile commistione di spazio e tempo, si presentano entrambi come le modalità fondamentali secondo cui l'essere cambia di fase e si differenzia. L'esistenza individuale, quindi, si rivela essere sempre contemporanea al prodursi del divenire e della relazionalità che la costituiscono – per così dire – incarnandovisi. Di conseguenza, l'individuo non può essere efficacemente conosciuto attribuendogli una sostanzialità separata che si presti a una concettualizzazione oggettivante. Allo stesso modo, anche la nozione di identità perde di significato se con essa si vuol designare un individuo che resti permanentemente uguale a se stesso. Soltanto il sistema nel suo complesso risulta dotato di identità, ma questa va allora intesa come una conservazione che avviene per mezzo di riorganizzazioni successive che incorporano cambiamenti topologici ed energetici.

Ora che si è detto dell'individuo, dovremo tornare sui nostri passi e chiederci quale rapporto esso intrattenga con il soggetto. Rispetto al primo, quest'ultimo risulta essere più-che-individuo: il soggetto, cioè, include in sé l'individuo individuato, ma gli associa una carica di essere preindividuale che non ha esaurito la sua energia potenziale nel corso della prima individuazione vitale. Ciò significa che la realtà preindividuale associata risulta eccedente rispetto alla realtà individualizzata e, oltre ad alludere al carattere aperto e in qualche modo incompleto dell'individuo, dà origine a una situazione di incompatibilità del soggetto rispetto a se stesso. Il soggetto, tuttavia, non è in grado di risolvere di per sé la propria problematica, dando luogo a un'individuazione che si svolga

interamente al proprio interno, poiché la sua carica preindividuale risulta di per sé troppo debole e isolata. La fase dell'essere individuato e quella dell'essere preindividuale, riunite nel soggetto, sfociano in un'assiomatica risolutiva soltanto quando la seconda incontra altre realtà preindividuali appartenenti ad altrettanti individui: in tal modo, i soggetti in questione hanno la possibilità di essere integrati in una seconda individuazione che pertiene all'ambito del collettivo. Ora, poiché il soggetto corrisponde all'esito di quel decentramento dalla realtà biologica che costituisce l'individuazione psichica, e poiché il suo carattere manchevole ne provoca la tensione verso il collettivo, ne segue che il porsi della problematica psichica, che è quella del soggetto, invoca sin da subito l'intervento dell'individuazione collettiva. Quest'ultima risulta quindi reciproca rispetto all'individuazione psichica e tale reciprocità trova la sua unità sistematica nella categoria del transindividuale. È per questo motivo che, in ultima istanza, il soggetto si configura come luogo di convergenza delle tre fasi dell'essere: preindividuale, individuato e transindividuale. L'ambito della transindividualità, inoltre, entra in relazione con il mondo fisico e biologico tramite l'individuo, per cui non è possibile parlare di un mondo psicologico che possieda un'esistenza indipendente rispetto agli individui che lo attualizzano. Ciononostante, alla luce del transindividuale, sarebbe altrettanto errato immaginare un individuo che conduca un'esistenza psichica fondamentalmente autonoma e chiusa in se stessa. Al contrario, sebbene il transindividuale si situi nell'individuo, i due stabiliscono un rapporto che «*supera l'individuo prolungandolo*» (2020: 380), tracciando delle direttrici che lo pongono in condizioni di reciprocità con altri individui, secondo un'autocostituzione del transindividuale che vede confluire trascendenza e immanenza. Considerato nel suo verso proiettivo, questo traboccare del soggetto fa sì che il dinamismo dell'essere, riscontrabile nell'emergere del desiderio, sfrutti la trasduttività per conferire a ciascun atto umano un indefinito potere di diffusione.

Collocandosi nel mondo e stabilendo con esso una relazione significativa, l'essere individuale si vede restituita la consapevolezza della sua finitudine e del suo divenire, il che lo induce a porre in questione se stesso. Il soggetto non è tuttavia in grado di risolvere la sua problematica con le proprie forze, ed esperisce la propria condizione come angoscia, ossia come emozione permanente incapace di sfociare e superarsi nell'azione. Egli trova allora nel transindividuale l'elemento in grado di coniugare la propria individuazione psichica con un'individuazione collettiva, che metta a frutto la sua

componente preindividuale integrandola con quella altrui. L'insieme delle realtà preindividuali di ognuno, quindi, costituisce un fondo preindividuale che si rende disponibile a ulteriori individuazioni. Data la reciprocità che lega individualità psichica e collettivo, sarà bene sottolineare che ogniqualvolta si verifichi l'individuazione di un gruppo, ciò implica un'individuazione simultanea degli individui in quanto membri del gruppo, così come l'inclusione di qualsiasi elemento di novità – si tratti anche di un solo individuo – comporta contemporaneamente una nuova individuazione del gruppo, ossia una sua complessiva riconfigurazione.

Ci si potrebbe allora chiedere da dove prenda le mosse questa duplice individuazione e, in particolare, cosa garantisca la formazione di unità collettive. In precedenza, abbiamo indicato nel subconscio affettivo-emotivo il centro mediatore dell'individualità psicologica. Esso, tuttavia, assume un ruolo cruciale anche nei raggruppamenti collettivi, poiché sono proprio gli stati affettivi, i cui cambiamenti avvengono per salti quantici tra equilibri metastabili, che sono in grado di imprimere modificazioni individuali vere e proprie. Sul piano collettivo, l'affettività svolge un compito di regolazione, riunendo in sé azione e rappresentazione cosciente, laddove la prima risulterebbe eccessivamente discontinua, la seconda troppo continua e dispersiva per garantire una reale comunanza fra gli individui. L'affettività svolge altresì un compito di mediazione tra individuale e preindividuale, orientando quest'ultimo in una direzione sinergica e ponendo così le basi di possibilità per un'individuazione collettiva. Questa si verificherà, dunque, nella coincidenza degli stati affettivo-emotivi individuali. Il carattere mutevole degli stati affettivo-emotivi, del resto, ci permette di smentire facilmente qualsiasi fraintendimento che possa concepire l'individuazione collettiva quale sorta di stadio finale dell'individuazione, che si compia in seguito agli altri e li sintetizzi, in tal modo neutralizzandoli. Ciascuna operazione d'individuazione, infatti, costituisce una manifestazione particolare della risonanza interna all'essere, per cui il conseguimento di un equilibrio metastabile all'interno di un sistema non dà mai come esito un'omeostasi del sistema stesso e non inficia il complesso del divenire, che resta pur sempre una dimensione dell'essere in quanto tale. Ciò vale a maggior ragione per la correlazione tra individuazioni psichiche e collettive, che non esauriscono la carica di essere preindividuale e, con essa, conservano quei potenziali suscettibili di ulteriori individuazioni, riassetamenti e configurazioni.



Questa breve carrellata di alcuni punti chiave del pensiero simondoniano, posta accanto alla figura dell'individuo che si è delineata nei capitoli precedenti, evidenzia per contrasto buona parte dei limiti e dei difetti di quest'ultima. Secondo la mentalità che pervade intimamente le intelaiature tecniche e i dispositivi tecnologici che oggi modulano le esistenze di molti, l'individuo viene privato di quell'individuazione permanente che Simondon attribuiva già al vivente, ancor prima che all'individuo psichico. L'estrazione maniacale di dati vorrebbe essere l'applicazione di un'aderenza al divenire del reale, libera da qualunque dirigismo tecnico-scientifico che contamina il campo di ricerca con i propri postulati e le proprie metodologie. A sua volta, tale pratica si sorregge sul mito per cui la raccolta e l'organizzazione di una mole sufficiente di questi dati – quantità destinata a non determinarsi mai – condurrebbe a una sorta di ierofania del vero, colto nella sua nudità. Tuttavia, si è visto come l'individuo, considerato nell'ecceità del suo presente, accada sempre simultaneamente alla propria individuazione e conservi in sé il seme della sua origine, rispetto alla quale, in un certo senso, risulta sempre contemporaneo. Conseguentemente, l'informazione sembra contrapporsi radicalmente al dato. Quest'ultimo, infatti, nonostante la sua affannosa rincorsa del presente, finisce irrimediabilmente per inciampare nella propria condizione di participio passato. Al contrario, si è visto come l'informazione, ossia il significato vero e proprio, scaturisca sempre da ciò che *si dà* nell'accadere del presente, nel momento in cui una ricomposizione scopre la sua esistenza a partire da una tensione che, precedendola, ne presupponeva la possibilità, ma senza deciderla preliminarmente. La logica sottesa all'accumulo dei dati rende l'individuo analogo a un insieme privo d'informazione che possa essere definitivamente conosciuto nella sua interezza. In realtà, la sua natura metastabile fa sì che l'individuo si costituisca come sistema, ossia come dotato di attività relazionale amplificante, disparazione di potenziali e una struttura disponibile a riorganizzarsi. In altre parole, l'individuo si sottrae alla totalizzazione e non può essere ridotto né a una sua condizione particolare, né alla somma delle sue caratteristiche. Ciò significherebbe ignorare l'immanenza dei suoi potenziali, i quali costituiscono una fase dell'essere attualmente presente (Simondon 2020: 431). Allo stesso modo, l'informazione consiste in attività relazionale inerente a un sistema, dalla cui specificità non può prescindere, e risulta perciò non quantificabile astrattamente, poiché rappresenta il significato di *quel* sistema, di *quell'*individuo (Simondon 2020: 326, nota 1).

L'identità, intesa ora innanzitutto come identità personale, risiede dunque nella permanenza di quel che sa ritrovare una coerenza rispetto ai mutamenti che lo percorrono. Simondon sostiene che l'avvenire dell'individuo, se considerato nella sua astrattezza e in rapporto al presente, consiste in un immenso campo di possibilità non strutturate; se l'individuo viene collocato in seno alla società, invece, il suo avvenire diviene reticolato, per cui egli deve determinarsi accordandosi con strutture che lo precedono e lo condizionano, trovando dei punti di contatto con la propria personalità. In un regime di modulazione algoritmica, tuttavia, l'avvenire assomiglia a un collo di bottiglia la cui uscita riporta al fondo della bottiglia stessa. L'identità individuale mima la ricorsività dell'algoritmo e riattualizza in sé il proprio passato, fosse anche il passato più prossimo, restringendo le dimensioni del campo di possibilità a poco più che un punto.

Rispettare la complessità dell'individuo come sistema, tuttavia, non significa soltanto tener presente il suo divenire temporale, ma altresì considerarlo in quanto risultato del relazionarsi dei diversi aspetti che lo costituiscono in quanto essere composito. Lo stesso Simondon pone la relazione quale principio dell'essere e designa l'umano come ciò che è contemporaneamente «sociale, psicosociale, psichico e somatico senza che nessuno di questi aspetti possa concepirsi come fondamentale a scapito degli altri, considerati, a loro volta, come meramente accessori» (2020: 400). Si è discusso in precedenza il carattere disincarnato della presenza dei singoli negli ambienti virtuali e il suo effetto in materia di concettualizzazione dell'identità e reificazione della persona. Simondon sembra fornire ulteriore sostegno a tali considerazioni quando individua nel dualismo mente-corpo una scissione con effetti riduttivi. Inoltre, egli pone in relazione il somatopsichico con la temporalità, per cui il corpo decade a materia inerte, se identificato con la sua realtà fisica istantanea, e la coscienza diviene sostanza spirituale, nel momento in cui viene considerata atemporale, eterna (2020: 365). Sebbene Simondon abbia in mente la tradizione filosofica occidentale, ci pare di poter riscontrare un'analogia con quel che concerne l'identità su internet. Anch'essa, infatti, rotti i legami con la corporeità della persona, trova una sua ipostasi che la sottrae al divenire e la trasforma in mera rappresentazione, oltre a predisporla per la codificazione nel dato. Inoltre, Simondon attribuisce al gruppo la stessa realtà psicosomatica che caratterizza l'individuo, al punto che egli giunge a negare che possano individuarsi gruppi puramente spirituali (2020: 411).

Sul piano relazionale e collettivo, possiamo notare l'insistenza posta dal filosofo sulla crucialità delle istanze affettivo-emotive e fare nostra la sua distinzione tra comunicazione interindividuale e comunicazione intersoggettiva. Secondo Simondon, azione e rappresentazione si collocano sul piano della percezione e della coscienza, ossia su un piano di exteriorità, perciò la loro condivisione da parte di un insieme di individui risulta ancora troppo debole ed effimera per garantire un'autentica comunicazione intersoggettiva. Non a caso, è nella relazione interindividuale che la rappresentazione sembra essere in primo piano. In questo tipo di relazione, infatti, il decentramento e la problematizzazione del soggetto vengono messi in atto parzialmente dall'altro, ma ciò avviene attraverso la rappresentazione che l'altro elabora del soggetto e che ne stabilisce una valorizzazione preliminare. In tal modo, la relazione interindividuale si presenta come mero rapporto che connette i suoi termini senza attraversarli, una mediazione semplificatrice che inibisce la riflessività del soggetto. Di contro, l'affettività e l'emotività gettano un ponte tra la componente individuale e la componente preindividuale del soggetto, cosicché, in questi scambi affettivi tra le realtà che lo compongono, egli si scopre al contempo solo e non-solo, separato e unito. Detto in altri termini, per il soggetto, essere cosciente della propria carica preindividuale significa riconoscere la propria incompatibilità a se stesso, ammettere l'esistenza dell'alterità al proprio interno, un'alterità peraltro non cristallizzata in rappresentazione. Grazie a questa consapevolezza, il soggetto può assumersi il rischio di una problematizzazione del sé da parte del sé, senza mediazioni riduttive. Attraverso l'esperienza della solitudine, il soggetto può così pervenire all'universalità e alla scoperta del transindividuale. È a quest'altezza, infatti, che si situano le relazioni intersoggettive, le quali constano di una comunicazione delle subcoscienze, in una comunione degli stati affettivo-emotivi e in una sovrapposizione delle personalità che mettono i soggetti nelle condizioni di integrarsi in un sistema comune.

Messa a confronto con il pensiero di Simondon, la compagine di credenze riguardanti individuo, identità e relazioni, amplificata dagli apparati tecnici e inscritta nelle attività online, potrebbe semplicemente presentarsi come un modello inadeguato dal punto di vista conoscitivo. Si tratterebbe allora di accantonarlo e sostituirlo con una rappresentazione più "corretta" e fedele al "vero". Una conclusione di questo tipo, tuttavia, sarebbe alquanto semplicistica e ingannevole. Onde evitare fraintendimenti

simili, occorre quindi riprendere per un attimo il discorso intorno agli algoritmi. A tal proposito, osserviamo che in un suo breve saggio (2021), Matteo Pasquinelli rintraccia l'origine degli algoritmi matematici e informatici nella ritualità antica. Infatti, molto prima di diventare una procedura logica altamente formalizzata e facente capo a un proprio linguaggio, l'algoritmo affonda le sue radici in un tutti quei processi, quegli insiemi di regole, quelle serie di gesti che, applicati rigorosamente e accuratamente ripetuti, consentivano di pervenire al medesimo risultato. Portando alcuni esempi provenienti dagli ambiti più diversi – dalla legiferazione all'insegnamento della grammatica, dal trattamento dei malati alle ricette di cucina – Pasquinelli sostiene giustamente che l'apparente astrattezza degli algoritmi odierni è riconducibile piuttosto a prassi sociali estremamente concrete e intrise d'esperienza, che sin dalla proverbiale notte dei tempi operavano un'astrazione sul reale per distillare principi fondamentali e produrre automatismi per il conseguimento di scopi precisi. Si tratta, insomma, di una lunga sedimentazione delle pratiche secondo cui, nel corso della loro storia, le civiltà hanno attuato una segmentazione sociale che prevedeva demarcazione di territori, computo di individui e risorse, organizzazione e suddivisione materiale dello spazio, del tempo, del lavoro e delle relazioni sociali. L'intelligenza artificiale contemporanea, lungi dall'essere un *deus ex machina* avulso da ogni determinazione mondana, si inserisce in questo stesso processo, di cui essa rappresenta una sorta di cristallizzazione, nonché lo stadio ad oggi più avanzato e formalmente raffinato. In tal senso va allora inteso il concetto di intelligenza emergente che sta alla base del *machine learning*. Infatti, sono precisamente questa suddivisione e questa strutturazione di matrice sociale a essere apprese e ad emergere nell'intelligenza operativa della macchina, per cui in ultima istanza tale intelligenza risulta essere – secondo le conclusioni tratte da Pasquinelli – di natura collettiva.

A nostro parere, se la funzione fondamentale dell'algoritmo è quella di svolgere compiti complessi, riconoscendo dei pattern la cui sostanza non è altro che la sedimentazione di pratiche sociali codificate nel tempo e inscritte nello spazio, quanto più dettagliata ed efficace sarà la sua capacità di analisi e di sintesi statistica, tanto maggiore sarà l'effetto di cristallizzazione attuato dall'algoritmo stesso. Tale cristallizzazione è rafforzata dal fatto che il riconoscimento di pattern è subordinato a un fine predeterminato, per cui non tutti i dati raccolti e analizzati sono sullo stesso piano in

quanto a rilevanza. L'intelligenza artificiale si configura come emergente in virtù della sua aderenza a una visione consolidata dell'esistente e i processi di automazione a cui essa sovrintende ne garantiscono la conservazione. All'interno di questa visione trovano posto anche quei modi di intendere individuo, identità e relazioni di cui ci siamo occupati, e quanto detto per gli algoritmi trova corrispondenza in tutti quegli altri elementi che concorrono al design funzionale di piattaforme, social network, siti web, o nei modi in cui essi vengono utilizzati attraverso i dispositivi. Quegli stessi modelli identitari e relazionali, che per comodità potremmo definire "individualistico-egoistici", non si limitano dunque a restituire una rappresentazione errata e parziale, così come non vengono semplicemente espressi da questo particolare settore del sistema tecnico. Essi costituiscono piuttosto dei costrutti ideologici, dei significati che si producono e si diffondono a cavallo tra l'ambito tecnico e quello sociale. In quanto tali, essi si inseriscono nel campo del transindividuale e comportano delle conseguenze sui processi di individuazione psichica e collettiva. Lo stesso sistema tecnico, dunque, riveste un ruolo fondamentale nella riproduzione di un ordine sociale. Come ciò avvenga ha costituito un importante argomento di riflessione per Bernard Stiegler.



## 7. Stiegler: La tecnicità dell'umano

Se si dovesse identificare un tema principale a cui ascrivere la parte più sostanziale del pensiero filosofico di Bernard Stiegler, la scelta non potrebbe non ricadere sul campo della tecnica. Per questo motivo, ci riesce particolarmente utile riprendere il nostro discorso dalle considerazioni di Pasquinelli in merito alle origini storico-sociali dell'algoritmo e alla sua capacità di tramandare sedimentazioni e pratiche che, di fatto, possono essere interpretate come prassi tecniche di organizzazione. Quest'idea, infatti, sta alla base di ciò che Stiegler chiama epifilogenesi, ossia la produzione di tecniche e artefatti attraverso cui le esperienze singolari degli individui vengono esteriorizzate e, in tal modo, rese trasmissibili ai discendenti, che le ereditano pur non avendole vissute in prima persona. Il termine stesso, "epi-filo-genesi", mira a rendere conto non solo dell'esteriorizzazione e della discendenza insite in questo fenomeno, ma anche del suo carattere originario. Rispetto agli altri viventi, l'essere umano non si costituisce soltanto tramite il proprio patrimonio genetico e l'esperienza maturata durante l'esistenza di un individuo non si esaurisce con lui. Al contrario, in quanto entità sociale, culturale e politica, l'umanità istituisce una propria sostanza al di fuori di sé, nel momento in cui essa trova e ritrova costantemente la sua origine nella fabbricazione tecnica e nella trasmissione del sapere. Questa sorta d'invenzione dell'uomo da parte dell'uomo e il suo decentramento rispetto al proprio sostrato biologico, per dirla con Simondon, trovano delle conferme nelle ricerche paleoantropologiche, le quali mostrano come i grandi rivolgimenti che hanno fatto del sistema tecnico quello che è oggi siano avvenuti a fronte di una corteccia cerebrale sostanzialmente immutata dai tempi dell'uomo di Neanderthal. L'espansione e la trasmissione della memoria individuale e collettiva diventano allora possibili tramite la loro esteriorizzazione tecnica. Infatti, già nelle pitture rupestri e nei primi utensili di selce, l'essere umano imprime nella materia delle gestualità, dei significati, delle intenzioni, delle abitudini e delle conoscenze che sono ripresi, riattivati e rielaborati tramite la loro adozione da parte degli individui successivi, e ciò fa sì che gli oggetti e le pratiche tecniche siano innanzitutto mnemotecnici. Detto altrimenti, gli oggetti tecnici nel loro insieme possono essere considerati delle *hypomnemata*, dei supporti di memoria. Appropriandosi del lessico platonico, Stiegler sostiene che l'ipomnesi, ossia quest'ampliamento prostetico e artificiale della memoria, non solo non si contrapponga

all'anamnesi, ma le sia necessaria. Solo il sostegno degli oggetti ipomnestici, infatti, rende possibile la reminiscenza non tanto delle idee iperuraniche, quanto dei saperi umani. Infine, il carattere originario dell'epifilogenesi riguarda contemporaneamente l'ominazione, l'individuo e la collettività, per cui è possibile intuire fin da subito l'importanza che la filosofia di Simondon ha rivestito per lo stesso Stiegler. Tuttavia, quest'ultimo attribuisce al sistema tecnico un ruolo decisivo all'interno del processo di individuazione psicosociale.

Quel che preme maggiormente a Stiegler è innanzitutto l'individuazione dell'umano, e ciò comporta delle differenze interpretative rispetto al suo predecessore. La postura scientifico-filosofica di Simondon, con il suo affidarsi a concetti prelevati dall'alveo della fisica e della biologia, fa sì che egli adotti uno sguardo onnicomprensivo, finalizzato a generalizzare il più possibile alcuni principi. In tal modo, ad esempio, l'idea di preindividuale conserva sempre per Simondon un'accezione energetica che attraversa pressoché indifferentemente tutte le modalità di esistenza dell'essere, dal fisico al sociale, laddove, per Stiegler, la significatività del preindividuale sta soprattutto nel suo farsi ambiente e memoria culturali. Infatti, la base vitale da cui scaturiscono lo psichico e il sociale acquisisce il suo stato preindividuale, cioè di incompiutezza generatrice, solo nel momento in cui essa si trasfigura tecnicamente e quindi socialmente, rivelandosi come ulteriore a se stessa. Conseguentemente, quella che per Simondon era una duplice individuazione, ossia la co-individuazione psichica e collettiva, per Stiegler diventa triplice: la singolarità dei vissuti individuali non può che emergere da un fondo preindividuale di memoria collettiva, la quale, tuttavia, si individua assieme a degli oggetti tecnici che nella loro compresenza e reciprocità individuano un sistema tecnico; a loro volta, le esperienze dell'individuo si inseriscono nel ciclo di individuazione, inscrivendosi nei supporti mnemotecnici e partecipando alla costituzione della memoria culturale. Il fattore tecnico risulta quindi essenziale sia alla sussistenza del preindividuale, sia a quella reciprocità relazionale tra individuo e collettività che consiste nel transindividuale, di cui costituisce insieme prodotto e precondizione. A tal proposito, l'interrelazione che lega indissolubilmente l'individuazione dello psichico, del collettivo e del tecnico dimostra come l'idea sostenuta da molti tecno-utopisti, secondo cui internet avrebbe costituito una sorta di oasi autonoma rispetto al mondo materiale, fosse del tutto illusoria.



Un altro punto cruciale che vede Stiegler discostarsi da Simondon riguarda la preminenza conferita dal primo all'esperienza sensibile e alla dimensione del simbolico. Per Simondon, l'affettività ha un ruolo di regolazione e ricomposizione rispetto alla percezione e alla rappresentazione, cosicché soltanto la condivisione degli stati affettivo-emotivi sarebbe in grado di orientare la carica preindividuale degli individui in direzione di una comune individuazione collettiva. Stiegler assegna un nuovo primato all'esperienza sensibile, divenuta sempre più centrale con il proliferare dei media, dell'intrattenimento e, in generale, di quella produzione audiovisiva di massa che ha conosciuto uno slancio imponente proprio a partire dagli anni in cui scriveva Simondon. In termini generali, la questione posta dall'estetica riguarda innanzitutto la percezione in quanto percezione dell'altro, poiché sentire con i propri sensi significa percepire ciò che è altro rispetto a sé. La questione estetica, tuttavia, pone immediatamente una questione politica, dato che la sensibilità dell'altro porta con sé il problema della propria relazione con esso. Formare una comunità, ossia individuarsi collettivamente, significa dunque partecipare insieme e singolarmente all'invenzione di un sentire comune, laddove questo "sentire" va inteso contemporaneamente nel suo duplice significato: estetico e affettivo. La creatività estetica umana, che comprende l'arte come suo sottoinsieme, è ciò che permette di dar seguito al desiderio di un avvenire condiviso, realizzando una simpatia che in ultima istanza si traduce nella creazione del simbolo,<sup>16</sup> ossia nel divenire-uno a partire dalla molteplicità delle singolarità individuali. Trattandosi di un'individuazione, tale unità non si compie mai una volta per tutte, bensì resta in divenire e, in un certo senso, di là da venire. Essa viene cioè sempre differita e in questo perpetuo rinvio risiede il suo carattere fittizio. Tale finzione investe tanto l'avvenire collettivo quanto il passato, che è adottato dall'individuo sebbene questi non l'abbia vissuto. Si tratta tuttavia di una finzione necessaria, poiché lo stesso rinvio dell'unità produce una strutturazione temporale che, insieme a una corrispondente organizzazione spaziale, consente l'esistenza della comunità all'interno di un regime di calendarità e cardinalità. La temporalità collettiva è condizionata dalla temporalità individuale, ma se ne distingue, poiché ciascun individuo trova nell'esperienza della propria temporalità quel che costituisce la sua esistenza singolare. In altre parole, è nella propria dimensione

---

<sup>16</sup> Il termine simbolo viene utilizzato da Stiegler nella sua connotazione etimologica, secondo la quale esso deriva dal verbo  $\sigma\mu\beta\acute{\alpha}\lambda\lambda\omega$ , che significa "mettere insieme".

diacronica che, per usare la terminologia di Simondon, l'individuo compie la propria individualizzazione. È quindi nella modulazione di tale temporalità individuale che entra in gioco il tema della percezione.

Nella sua fenomenologia, Husserl descrive l'esperienza di ascolto di una melodia per operare una distinzione tra ritenzioni primarie e secondarie. Nell'ascolto musicale, un suono si configura come nota soltanto nella misura in cui, nel suo fluire presente che lo vede apparire e scomparire, trattiene in sé l'impressione della nota precedente e, a sua volta, viene trattenuto nella nota che segue, cosicché tutte le note, in un certo senso, risultano presenti contemporaneamente. Questo concatenarsi relazionale delle percezioni istantanee è ciò che conferisce un senso di continuità alla coscienza ed è costituito dalle cosiddette ritenzioni primarie. Queste si distinguono dalle ritenzioni secondarie, ossia dai ricordi, che pur non costituendo dei fatti percettivi immediatamente presenti, possono essere rievocati dalla coscienza e rappresentano il suo passato. È significativo che Husserl associ le ritenzioni primarie alla percezione vera e propria e quelle secondarie all'immaginazione, poiché ciò sembra suggerire un elemento di finzione che finirebbe per accomunare la memoria individuale e quella collettiva. In effetti, Stiegler subordina la formazione della prima, intesa come insieme delle ritenzioni secondarie, alla presenza della seconda. Soltanto a partire da un bacino di ritenzioni secondarie collettive, che costituirebbe un fondo preindividuale comune, l'individuo è in grado di produrre le ritenzioni secondarie che gli sono proprie e che, a loro volta, rappresentano il suo ambiente preindividuale. In quanto fondi preindividuali, tali ritenzioni hanno la capacità di innescare altri processi di individuazione. Tuttavia, le stesse ritenzioni collettive non sono altro che ritenzioni psichiche che abbiano raggiunto un grado di stabilità tale da renderle trasmissibili e accessibili a nuove co-individuazioni psichiche e collettive. Accanto alle ritenzioni primarie e secondarie, quindi, Stiegler introduce le ritenzioni terziarie, ossia gli artefatti mnemotecnici, i quali altro non sarebbero se non forme definite e cristallizzate di ritenzioni secondarie psichiche, diventate in tal modo collettive. L'intero processo di individuazione assume così un carattere intrinsecamente e originariamente tecnico. È la tecnica, infatti, a consentire la creazione e la conservazione di un preindividuale comune; è ancora la tecnica, dunque, a gettare le basi per la vita psichica e la memoria individuale che poggiano sul collettivo; infine, è la tecnica a

istituire un ponte tra ritenzioni secondarie psichiche e collettive, garantendo la loro articolazione nell'ambito del transindividuale.

Le ritenzioni secondarie, distinte in individuali e collettive, non sono tuttavia le uniche a intrattenere un rapporto di influenza reciproca. Bisogna infatti precisare che qualunque forma di ritenzione consiste innanzitutto in una selezione: le ritenzioni primarie, ad esempio, non trattengono la totalità del percepito. A loro volta, le ritenzioni secondarie esercitano una selezione sulle ritenzioni primarie e ciò le rende contemporaneamente delle protensioni, ossia degli orizzonti di attesa. L'esperienza vissuta in passato tende dunque a generare delle aspettative, a sviluppare dei criteri di selezione che adattano l'esperienza presente sul modello di quella passata, di modo che quest'ultima rivive parzialmente nel presente. Si riscontra quindi una tendenza alla stereotipia da parte del bacino delle ritenzioni secondarie, non troppo dissimile dalla ricerca di un equilibrio omeostatico da parte del vivente, il quale trova una garanzia per la propria sopravvivenza nella riproduzione delle sue condizioni sincroniche di esistenza. Ciononostante, si tratta pur sempre di una tendenza e, in quanto tale, non va intesa in senso assoluto, poiché persino la ripetizione di uno stesso evento non implica un'identità d'esperienza. Ciò si chiarisce facilmente nel caso dei cosiddetti oggetti temporali terziarizzati o industriali.

Una melodia, così come un film o qualunque altra opera audiovisiva, costituisce un oggetto temporale, ossia un oggetto definito dalla propria temporalità, dal suo apparire e scomparire in un flusso senza soluzione di continuità. In ciò, l'oggetto temporale è simile alla coscienza, essendo anch'essa un processo fluido immerso in una propria temporalità. Questa comune natura temporale di oggetto e coscienza fa sì che quest'ultima, entrando in rapporto con il primo, ne assuma la temporalità. Detto altrimenti, ascoltare una melodia o guardare un film significa adottare la loro temporalità, farla coincidere con quella della propria coscienza. Ora, la riproducibilità tecnica ha reso possibile fissare lo stesso oggetto temporale su ritenzioni terziarie prodotte su larga scala, cosicché, in linea di principio, dovrebbe essere possibile ripetere identicamente le stesse esperienze estetiche. Tuttavia, la prima fruizione di una composizione musicale, di un film, ecc., determina la sedimentazione di ritenzioni secondarie che intervengono nella selezione delle ritenzioni primarie relative alla seconda riproduzione. In tal modo, lo stesso oggetto temporale, pur senza mutare la propria temporalità, dà luogo a due

fenomeni percettivi e temporali diversi nella coscienza dell'individuo. Vi è dunque una differenza nella ripetizione, ma la significatività di tale differenza varia in base al gioco di ritenzioni primarie e secondarie, dipende cioè da un'attività di anamnesi che a sua volta è sovradeterminata dall'ipomnesi delle ritenzioni terziarie. Quindi, il controllo degli oggetti e degli apparati di ritenzione terziaria implica anche quello del gioco tra ritenzioni primarie e secondarie, ossia del flusso delle coscienze.

Lo sviluppo della rivoluzione industriale nel corso dell'Ottocento è stato accompagnato da un mutamento delle forme ritenzionali, con il passaggio delle semplici mnemotecniche alle mnemotecnologie avanzate. Alla fine del secolo, queste tecnologie, che annoveravano macchine e prodotti industriali in serie, si sono ampliate nel campo dell'audiovisivo e hanno dato avvio all'epoca dei media di massa, mentre nel Novecento ad esse si sono aggiunte tecnologie computazionali che hanno condotto a una rinnovata divisione del lavoro e a una redistribuzione dei ruoli sociali. Tra le principali ragioni di tale redistribuzione sociale vi era la necessità di individuare e ampliare dei mercati su cui poter vendere merci la cui quantità e varietà andava aumentando vertiginosamente, e scongiurare così delle possibili crisi di sovrapproduzione. Al fine di garantire livelli di domanda e di consumo soddisfacenti, si è fatto ricorso alla creazione di quelle che inizialmente sono state conosciute come "pubbliche relazioni" e che oggi sono perlopiù indicate come attività di marketing. Il controllo dei dispositivi ritenzionali, secondo Stiegler, sarebbe quindi stato assunto dal settore pubblicitario, con lo scopo di mobilitare le energie che stanno alla base dei cicli di produzione e consumo. Precedentemente, le pulsioni legate all'origine vivente dell'individuo trovavano una loro articolazione unitaria nella sublimazione del desiderio, riuscendo così a trascendere la loro base biologica e ad aprirsi verso la produzione simbolica socializzata. L'economia libidinale introdotta dall'industria del marketing, lungi dal consentire una liberazione del desiderio, funzionalizza tali energie incanalandole in direzione del consumo, sfruttando i meccanismi di adozione per favorire il commercio di pseudo-novità, e in tal modo interrompendo sul nascere ogni trascendenza propriamente desiderante.

Stiegler descrive la messa in pratica di tale deviazione secondo due aspetti interrelati. Il primo vede la specializzazione del campo del simbolico, che verrebbe totalmente assorbito dalle industrie culturali e saturato dal ritmo costantemente accelerato della produzione e del consumo, tanto da provocare una sorta di congestione del desiderio

che lo rende inerme. Stiegler afferma che il controllo egemonico dei dispositivi ritenzionali e degli oggetti temporali terziarizzati da parte delle industrie culturali provocherebbe un processo di iper-sincronizzazione delle coscienze e degli inconsci individuali. Sebbene anche in passato la calendarità condivisa da una comunità prevedesse una sincronizzazione, essa risultava pertinente all'ambito del collettivo, per cui la partecipazione ad eventi condivisi di carattere civile, politico o religioso non pregiudicava il carattere singolare dell'esperienza di ognuno, ma si limitava a fornire un contesto alla differenziazione diacronica individuale. Di contro, la fruizione massificata degli stessi oggetti temporali, diffusi dagli stessi media, in contesti sempre più simili tra loro, condurrebbe a una progressiva e asintotica uniformizzazione delle ritenzioni secondarie, che a loro volta finirebbero per operare identiche selezioni su quelle primarie. Nonostante Stiegler non impieghi questo termine, potremmo dire che secondo tale interpretazione le coscienze finirebbero per "sintonizzarsi" le une con le altre, come se fossero la coscienza di una sola persona, cioè di nessuno in particolare. Poiché le ritenzioni terziarie sovradeterminano le ritenzioni primarie e secondarie, questa forma di controllo tende a far sì che la ripetizione non intensifichi la produzione di differenza, bensì la faccia diminuire, dando luogo a indifferenza. Uno scemare della differenza implica anche un crollo della significazione, secondo quella che Stiegler definisce una tendenza all'a-significanza. Ricordiamo infatti come Simondon designi con la parola "informazione" il significato che emerge nell'operazione di individuazione, ossia nella risoluzione di un'incompatibilità iniziale. In mancanza di differenza, dunque, non è possibile nemmeno quella ricomposizione e quel superamento che coincidono con una produzione di senso.

Riteniamo che, nonostante l'interpretazione di Stiegler non sia errata, essa faccia riferimento a un modello di industria culturale e dell'intrattenimento ancora fortemente legato a una matrice televisiva, il quale, pur essendo tuttora vigente, non costituisce più il modello dominante e risulta soltanto parzialmente sovrapponibile a quanto si osserva nel caso della rete. Per questo motivo, è necessario compiere alcune significative distinzioni. Del resto, lo stesso Stiegler sottolinea l'importanza di indagare le peculiarità di questo medium e osserva come la personalizzazione dell'offerta corrisponda non tanto a una "programmazione" delle coscienze, quanto a un loro condizionamento e rinforzo secondo meccanismi di reazione agli stimoli di tipo pavloviano.

Innanzitutto, l'era di internet ha visto ridimensionata la specializzazione industriale del simbolico di cui parla il filosofo, e ad essa si è sostituita la figura del *prosumer*, il produttore-consumatore, sebbene ciò non abbia inficiato la logica di fondo propria del sistema. A nostro parere, infatti, non si tratta tanto di esporre gli individui al consumo degli stessi contenuti, degli stessi significati, e quindi di provocare un'omologazione delle memorie individuali che trovi un corrispettivo nell'appiattimento della memoria collettiva. Si tratta, piuttosto, della liquidazione sia della memoria personale che di quella collettiva in quanto portatrici di significati suscettibili di nuove significazioni presenti, ossia di nuove individuazioni. Sulla scorta di Fredric Jameson, Mark Fisher (2018: 117-18) descrive efficacemente la duplice – e apparentemente paradossale – ossessione temporale che caratterizza la nostra epoca culturale: da un lato, vige un'insistenza maniacale sull'immediatezza del presente, con una rimozione della lunga durata sia in direzione del futuro che del passato; dall'altro, lo stesso passato viene spesso fatto oggetto di culto e di feticizzazione, con la conseguente perdita di qualsiasi capacità di autentica innovazione. In realtà, siamo convinti che questa contraddizione corrisponda a un medesimo movimento che vede sia il presente che il passato diventare progressivamente a-significanti. Il presente nel quale gli individui si trovano compressi è il presente del godimento consumistico, secondo cui la persistente sollecitazione delle pulsioni tramite impulsi produce una frenetica commistione di attività e passività, il cui esito è la neutralizzazione del presente come eccezione, come luogo di eccedenza rispetto al passato. In altre parole, il presente viene meno in quanto origine di un evento capace di una radicale trasformazione o, detto in termini simondoniani, di un salto quantico da una condizione di metastabilità ad un'altra. Lo stesso Fisher nota, nell'attuale abitudine al continuo affaccendarsi in maniera dispersiva e disordinata, una perdita dello stimolo alla creatività insito nell'esperienza della noia, per cui, al giorno d'oggi, «nessuno è annoiato, tutto è noioso» (Fisher 2020: 229). Anche il passato, dal canto suo, smarrisce la propria voce e cessa di interrogare i suoi eredi, affidando loro il compito di riattualizzarlo tramite nuove significazioni. Al contrario, esso è relegato e declassato a nostalgia; viene cioè trattato, edulcorato e confezionato industrialmente, secondo un processo di idealizzazione che recide la sua relazione con il presente e ce lo restituisce quale ennesimo oggetto di consumo, privato della sua significanza e della sua capacità dirompente.

Dal punto di vista ritenzionale e individuale, quel che accade in virtù dei sistemi di raccomandazione algoritmica è un'esteriorizzazione delle ritenzioni secondarie psichiche, per cui i ricordi vengono privati della loro componente esperienziale, soggettiva, e ridotti all'esteriorità di comportamenti che vengono registrati e immagazzinati per essere sottoposti a un processo di analisi e di sintesi. Questa costruzione e oggettivazione mnemotecnica fa sì che l'individuo sia espropriato della propria memoria in quanto ambiente psichico preindividuale, ossia come condizione a partire dalla quale l'attività di anamnesi corrisponde a un'individuazione psichica presente. In altre parole, nell'ambiguità della memoria individuale, passato e presente accadono contemporaneamente, il che rende la memoria una forma di immaginazione. Tuttavia, quando la memoria viene esteriorizzata dalle mnemotecnologie, essa costituisce un'appendice tecnica che precede l'individuo e continua a iscriversi in esso, mimando ed estremizzando quella tendenza all'omeostasi che è tipica del vivente puro. La ripetizione delle ritenzioni secondarie, sintetizzate in dati e dunque terziarizzate, fa sì che esse cessino di sedimentarsi nell'interiorità dell'individuo e ne facciano uso alla stregua di un ospite necessario alla loro riproduzione. Come detto diversamente in precedenza, si tratta di un effetto voluto, in quanto il proposito di tale esteriorizzazione è precisamente quello di minimizzare la differenza per assicurare l'utilizzo di un servizio e quindi la sua monetizzazione. Come conseguenza di ciò, la coscienza dell'individuo si ritrova schiacciata in un presente a-significante, vincolata a un passato riprodotto *in vitro* e incapace di proiettarsi nell'indeterminatezza dell'avvenire.

Ci pare che il gesto che possa meglio caratterizzare questi processi tecnici sia quello della cesura, della separazione forzata fra elementi originariamente in relazione tra loro, al fine di garantirne un controllo più efficiente. Costituendosi come tendenza promossa da una logica di sistema, l'a-significazione dell'esperienza estetica e affettiva non si verifica in seguito a un'abolizione o a una qualche forma di censura esplicita. Vivere un'esperienza significativa sul piano della propria soggettività non è proibito. Ci si limita, piuttosto, a rendere tale esperienza sempre più difficile e, per così dire, a svalutarla, relegandola ai margini di ciò che è socialmente riconosciuto. Da un lato, l'inerzia a cui è condotta la memoria collettiva rende via via più difficoltoso produrre delle ritenzioni secondarie psichiche importanti, poiché l'esistenza di quest'ultime dipende dalle ritenzioni collettive; dall'altro, anche nel caso in cui un'esperienza

soggettiva effettivamente si produca, il suo potere di significazione simbolica tenderà ad arrestarsi al limite dell'individuo, mentre l'esperienza verrà sussunta esteriormente solo nella misura in cui essa sia suscettibile di mercificazione. Già di per sé condizionata dalla selezione delle ritenzioni secondarie, l'esperienza presente, individuale o collettiva che sia, incontra dunque più di qualche difficoltà nel tentativo di lasciare un segno del proprio passaggio, presa com'è da vortice del consumo usa-e-getta.

Oltre a quella che riguarda individuo e collettività, un'altra cesura consiste in ciò che Stiegler definisce come de-composizione del sincronico e del diacronico, in relazione al processo di individuazione. L'individuo si individua nella misura in cui non è mai definitivamente individuato, ossia nel momento in cui il processo di individuazione non raggiunge mai un suo termine, che dovrebbe corrispondere all'indivisibilità dell'individuo, a una perfetta unità e ad un perfetto equilibrio interno. Ciò comporta che l'individuo, nel suo proiettarsi verso la chimera della sua compiutezza, risulti sempre incompatibile e in procinto di sfasarsi rispetto a se stesso. Individuarsi, cioè, significa puntare all'indivisibilità, ma il compimento di tale indivisibilità viene continuamente frustrato dal fatto che, per raggiungerla, l'individuo si altera e si differenzia. In tal modo, ciascun stato sincronico porta con sé la diacronia della propria incompatibilità riflessa. La riproposizione dell'identico imposta dal sistema tecnico industriale, quindi, è proprio ciò che sclerotizza la sincronia dissociandola dalla diacronia.

Il secondo aspetto riguardante il sequestro delle energie collettive e personali in funzione del consumo ha a che fare con le tecnologie deputate a far sì che i processi visti sin qui presentino il maggior grado possibile di efficienza, ubiquità e capillarità. Tali tecnologie risultano molto più intime al funzionamento complessivo della rete rispetto a quanto visto per l'iper-sincronizzazione, e Stiegler le inserisce all'interno di quel processo di grammatizzazione che ha segnato in maniera decisiva l'evoluzione della civiltà occidentale. Teorizzata da Sylvain Auroux, la grammatizzazione si definisce come la discretizzazione del continuo per isolare dei "grammi", ossia un numero finito di unità fondamentali che costituiscano un sistema. Auroux, che si concentra sulla discretizzazione del linguaggio, individua due momenti storici fondamentali, che egli definisce rivoluzioni della grammatizzazione: l'invenzione dell'alfabeto e quella della stampa. Stiegler interpreta la grammatizzazione come l'individuazione tecnicizzata di un idioma, ossia di un flusso dotato di una propria singolarità. A sua volta, la



grammatizzazione consente la modulazione delle individuazioni psichica e collettiva. L'introduzione dell'alfabeto in Grecia avrebbe sottratto alla parola il suo carattere effimero e l'avrebbe fissata in una ritenzione terziaria ortotetica, ossia priva dell'ambiguità del parlato. L'idioma linguistico, decomposto e ricomposto foneticamente tramite le unità letterali, avrebbe così acquisito un'esattezza conferitagli dalla sua oggettivazione. Dal punto di vista politico, tale evento risulta rivoluzionario proprio perché esso avrebbe consentito alla collettività di riunirsi intorno a una verità documentabile e dar vita a una *polis* via via più partecipativa, traducendosi cioè in una transindividuazione. Più in generale, la grammatizzazione produce un nuovo rapporto con il linguaggio da parte dei locutori: una volta oggettivati ipomnesticamente, gli enunciati subiscono un'intensificazione del loro recupero anamnestic. Questa particolare esteriorizzazione della memoria, infatti, pur rinunciando alla singolarità degli idiomi parlati, ne produce delle altre sotto forma di concettualizzazione, attenuando un'individuazione per accentuarne un'altra. È così che la filosofia e la ricerca della verità trovano nuovo slancio, ma la stessa ipomnesi alfabetica permette altresì di controllare la parola per piegarla ai fini della persuasione e della manipolazione delle opinioni di cui Platone, per bocca di Socrate, accusa i sofisti.

Stiegler ritiene che il processo di grammatizzazione si sia esteso, nella modernità, al di là del linguaggio, coinvolgendo il controllo dei gesti e dei corpi. La centralità della macchina nel modello di industria fordista-taylorista ha generato un controllo e una sincronizzazione dei gesti mediante la loro esteriorizzazione nei dispositivi ritenzionali meccanici, al fine di ottimizzare la produzione. Dopo l'idioma, quindi, sono stati i movimenti produttivi a subire un processo di grammatizzazione e ad essere riprodotti ortoteticamente nel funzionamento della macchina, nella cosiddetta terza rivoluzione industriale della grammatizzazione. La contemporaneità è indicata da Stiegler con l'espressione "epoca iperindustriale", poiché essa ha conosciuto l'espansione delle tecnologie del calcolo oltre i confini della produzione e la loro applicazione all'ambito del consumo, tramite metodi di discretizzazione del continuo come le diverse forme di registrazione audiovisiva e la conversione delle informazioni in dati. Poiché in quest'epoca il ruolo sociale degli individui viene fatto coincidere pressoché totalmente con quello di consumatori, quest'espansione della grammatizzazione computazionale corrisponde a una modulazione di gesti, comportamenti e movimenti relativi a ogni

ambito d'esistenza, il cui effetto complessivo è un controllo tecnico delle pulsioni, dei flussi delle coscienze e quindi dei processi di individuazione.

Le conseguenze di tale controllo si articolano in diversi modi. Innanzitutto, abbiamo visto come la sovradeterminazione dell'identità da parte delle strategie di marketing personalizzato faccia sì che l'individuo tenda a smettere di differenziarsi rispetto a se stesso. Questa tendenza asintotica all'annullamento della differenza è ciò che accomuna e, allo stesso tempo separa gli individui in un generale inaridimento dei processi di significazione. A smettere di differenziarsi, dunque, non sono solo gli individui rispetto a se stessi, ma anche l'individuo rispetto al noi, secondo un effetto perverso per cui il culto egoistico dell'individuo grammatizzato, trattato cioè alla stregua di un'unità costitutiva e separata, conduce a comportamenti gregari e a un'omologazione generale. L'io e il noi confluiscono in quel che Stiegler chiama il "si", particella pronominale che egli affianca esplicitamente al *das Man* coniato da Heidegger e la cui impersonalità richiama l'*itself*, l'ibrido di uomo e macchina che secondo Turkle avrebbe sostituito la soggettività del sé. La mancanza di differenza tra io e noi inibisce sia l'individuazione psichica che quella collettiva, costitutivamente interdipendenti. Inoltre, l'imperativo secondo cui sarebbe necessario imprimere una costante accelerazione al rinnovamento dei cicli di produzione e consumo induce un cedimento del circuito di produzione simbolica, il cui ampio respiro necessita di tempi più lunghi, e provoca la cosiddetta "miseria simbolica". Diventa cioè impossibile, per gli individui, costituirsi collettivamente tramite la partecipazione singolare alla costruzione del simbolo, di quell'unità sempre di là da venire.

La perdita della differenza, infatti, va intesa anche come assimilazione dell'avvenire al divenire. Quest'ultimo consiste in una semplice trasformazione priva di significato, mentre l'avvenire implica una progettualità che, proiettandosi nel futuro, conserva la propria propulsione originaria, inserendosi attivamente in un movimento individuante senza fine, di cui non si possono determinare gli esiti aprioristicamente, pena il suo esaurimento. Il dispotismo ubiquitario del calcolo, invece, non è in grado di confrontarsi con l'avvenire, poiché la radicale ulteriorità di quest'ultimo fa sì che esso sia per sua natura incalcolabile e incommensurabile rispetto al passato, ivi comprese le condizioni da cui esso emerge. Ne consegue che l'applicazione di algoritmi predittivi all'avvenire significa semplicemente annullarlo in quanto tale. Possiamo osservare come

questo accada anche in merito al gioco tra ritenzioni primarie e secondarie relativo alla percezione. Si è detto che le ritenzioni secondarie, ossia i ricordi individuali, costituiscono un orizzonte d'attesa che opera una selezione sulle ritenzioni primarie. Ciononostante, affinché un fenomeno percettivo abbia un effetto significativo sulla coscienza, ossia abbia un effetto autenticamente individuante, è necessario che esso includa un certo grado di imprevedibilità. Non sarebbe tuttavia possibile notare tale imprevedibilità se essa non fosse in qualche modo inserita nell'orizzonte d'attesa della coscienza. Ciò significa che le ritenzioni secondarie, in quanto protensioni, non si limitano a dettare ricorsivamente un'attesa del già noto, bensì implicano un'attesa dell'inatteso, di ciò che differisce. In altri termini, la singolarità dell'individuo, costituita dalle sue ritenzioni secondarie, fa sì che egli risulti sensibile al richiamo dell'altro, e ciò proprio in virtù del fatto che egli porta già in sé quest'alterità, nella misura in cui egli contiene del preindividuale in attesa di individuarsi e aprirsi a nuove possibilità. Ora, la tensione della coscienza verso l'inatteso coincide con una tensione dell'attenzione, che le protensioni mantengono vigile. Il proposito del marketing personalizzato, però, è proprio quello di strumentalizzare quest'attenzione, da un lato captandola per poi indirizzarla verso esiti prestabiliti, dall'altro producendola, ossia sottoponendo la coscienza a una continua raffica di stimoli che, in definitiva, convertono l'attenzione in distrazione assoluta o, ancora una volta, in indifferenza. Tramite questa manipolazione, quindi, viene eliminata la componente di inatteso implicita nell'attesa, ovvero la componente incalcolabile di avvenire, contribuendo alla standardizzazione delle coscienze.

L'appiattimento su un presente ridotto a mera attualità accompagna il collasso di ciò che Stiegler chiama "narcisismo primordiale".<sup>17</sup> Non abbiamo rintracciato una definizione esplicita che spiegasse univocamente cosa il filosofo intendesse con tale espressione; tuttavia, egli la associa principalmente al fenomeno psichico che Lacan ha notoriamente descritto come «stadio dello specchio» (Lacan 2007: 87-94). Ci si è già avvicinati a questo fenomeno quando si è parlato di identificazione e mentalizzazione in riferimento allo scambio di rappresentazioni che avviene nella relazione mentale con l'altro. Tuttavia, è ora necessario aggiungere che questa proiezione, a cui Lacan

---

<sup>17</sup> L'originale francese, «narcissime primordial», è stato altresì tradotto con "narcisismo primario". Preferiamo utilizzare l'aggettivo "primordiale", in virtù del fatto che esso si ritrova anche nella traduzione del testo di Lacan. Inoltre, questo termine esprime più efficacemente il carattere insieme originario e originante di tale narcisismo, cosicché esso ci pare più consono a quanto voleva essere trasmesso con quest'espressione sia da Stiegler, sia da Lacan.

attribuisce un carattere ludico e gioioso, precede l'identificazione dialettica con l'altro e la collocazione del soggetto nel mondo grazie alla mediazione del linguaggio. La scoperta e l'assunzione della propria immagine riflessa da parte dell'individuo coincide piuttosto con «la matrice simbolica in cui l'*io* si precipita in una forma primordiale» (Lacan 2007: 88). Detto altrimenti, tale matrice costituisce il nucleo simbolico che consentirà ogni identificazione successiva, la base dell'identità in tutte le sue possibili individuazioni. Il carattere fondante di quest'esperienza fa sì che cogliere la propria immagine nello specchio non significhi percepire passivamente dei lineamenti e un profilo già dati. Si tratta piuttosto di acquisire la facoltà di “immaginarsi”, laddove l'immagine riflessa risponde all'attesa inclusa in una protensione, ossia dà corpo alla proiezione di un sé a venire. La maggiore espressione di questa attività finzionale è quella che spinge l'individuo a cercare negli altri i compagni per un'individuazione che, per aver luogo, non può riguardarlo esclusivamente, ossia una co-individuazione psichica e collettiva. Il crollo del narcisismo primordiale, che implica dunque la perdita dell'avvenire, tronca il rapporto con l'alterità, così l'individuo sofferente si dà alla ricerca frustrante di surrogati e assume comportamenti che possono sfociare nel narcisismo patologico oppure, nei casi più estremi, dare luogo a un passaggio all'atto che corrisponde a un'esplosione incontrollata e distruttiva delle pulsioni.

Bloccati nell'indifferenza dei rapporti, gli individui perdono la capacità di stringere relazioni estetiche e affettive con gli oggetti e con i loro simili. Poiché essa dipende dalla singolarità relazionale, anche la singolarità degli individui finisce per venire meno. Si interrompe cioè quell'individualizzazione che distingue un individuo dagli altri, che lo rende *sui generis*, cosicché la personalità si riduce sempre più alla sua componente primaria, quella base di individuazione biologica che rende un individuo indistinguibile da un altro. Una volta “profilato”, cioè ridotto alla sagoma del suo profilo, l'individuo risulta – secondo uno dei neologismi adottati da Stiegler – “defigurato”. Interpretiamo questa parola a partire dal suo originale, *defiguré*, ossia privato del volto (*figure*, in francese), e ricordiamo come sia proprio il volto a costituire l'espressione della persona nel suo divenire e nella sua irriducibilità.

Come il rapporto tra termini reciprocamente indifferenti rimpiazza la relazione individuante, così la singolarità viene sostituita dalla particolarizzazione, attraverso un'ipersegmentazione dei mercati il cui solo risultato è quello convogliare ciascun

elemento particolare in un unico flusso di merci e transazioni economiche. Per Stiegler, infatti, sono le stesse coscienze che, escluse dalla partecipazione simbolica, hanno finito per formare un meta-mercato di cui costituiscono la “materia prima” e a partire da cui è possibile accedere a tutti gli altri mercati. Ciò sembra trovare conferma nelle nostre osservazioni rispetto all’invasività della raccolta dei dati e della sua penetrazione in ogni interstizio dell’esistenza personale, la quale viene grammatizzata affinché sia possibile per le aziende di servizi convertire ogni dettaglio pertinente all’individuo in informazione da manipolare e classificare in vista della sua vendita al miglior offerente sul mercato pubblicitario. L’estrema efficienza e la capillare ramificazione raggiunte dalle tecnologie computazionali sembrano aver condotto al suo stadio più avanzato – forse prossimo al suo compimento – ciò che Guy Debord (1997) ha definito spettacolo diffuso. Nella civiltà dei consumi, ogni esperienza propriamente vissuta si sarebbe cioè dissolta nella sua rappresentazione, per cui lo spettacolo consisterebbe nella mediazione dei rapporti sociali da parte delle immagini, che mediano proprio nel senso in cui istituiscono una separazione e una segmentazione. Nel nostro caso, la rappresentazione è allo stesso tempo mediatica e spettacolare in senso stretto, quando vista dal lato dei consumatori, che statistica, se si assume la prospettiva dell’algoritmo. Entrambe le angolazioni riconducono a un processo di astrazione che corrisponde a una mercificazione e ad un’alienazione totali, per cui – apparentemente, aggiungiamo noi - «lo spettacolo si è mischiato a ogni realtà, irradiandola» (Debord 1997: 194).

Dal punto di vista dell’individuo tecnico, in questo caso le tecnologie dell’informazione, gli utenti infatti non sono altro che fonti di *input* relativi ai loro comportamenti. Tale immissione di informazione consente alla macchina, tramite operazioni di analisi e sintesi, di adattarsi ciberneticamente all’evoluzione di quegli stessi comportamenti, nel momento stesso in cui quelle stesse operazioni li sovradeterminano attraverso la loro standardizzazione. In questo scenario, gli individui, con le loro coscienze, i loro ambienti storici e simbolici, rappresentano delle funzioni integrate in un ambiente tecnico associato. In altre parole, l’utente è colui il quale partecipa alla costituzione di una rete in cui egli è, allo stesso tempo, consumatore e consumato. L’individuazione dell’individuo, dunque, è subordinata e sacrificata all’individuazione della rete. Inoltre, dato che la loro partecipazione è meramente funzionale, gli individui tendono sempre più ad automatizzarsi, passando dalla condizione di agenti cognitivi –

capaci cioè di dar vita a una rappresentazione del proprio passato e di agire creativamente e imprevedibilmente in direzione del futuro – a quella di agenti reattivi, la cui memoria si trova delocalizzata rispetto a loro stessi, di modo che essi non agiscono, ma si limitano a reagire agli impulsi provenienti da questa memoria esteriorizzata e terziarizzata. Ispirandosi alle riflessioni dell’archeologo e paleoantropologo André Leroi-Gourhan, Stiegler ricorre all’allegoria del formicaio per esemplificare il funzionamento di una società l’individuo esiste solo come cellula. In tal senso, l’ottica impersonale del sistema è anche un’ottica proprietaria, ossia l’ottica di chi pensa e ordina una fabbricazione senza realizzarla. Così, la stessa intenzione fabbricatrice impone a priori una forma identica e generica a tutti gli oggetti da fabbricare, disinteressandosi delle loro vicissitudini singolari, le quali emergono solo nel corso dell’individuazione (Simondon 2020: 78-79). Come si è detto, nella prospettiva area degli algoritmi e dei loro proprietari, le coscienze costituiscono una materia prima.

Stiegler si interroga sulla possibilità che i fenomeni da lui descritti rappresentino una nuova forma di individuazione collettiva, che vedrebbe le imprese di servizi quali unici veri attori in grado di imprimere una direzione alle dinamiche sociali attraverso il controllo dei modi di vita. Un’individuazione di questo tipo, insistendo maggiormente sul consumo rispetto al lavoro, porterebbe anche a una dismissione del politico in favore dell’istituzione di unità puramente economiche. Tale interrogativo risulta lecito alla luce di alcune precisazioni. È necessario tenere a mente, infatti, che per Stiegler non solo la tecnica si colloca all’origine dell’umano in quanto tale, ma che anche la grammatizzazione alfabetica si è configurata come un’individuazione composta da due movimenti apparentemente contraddittori: da un lato si ha la diminuzione del potere di individuazione dell’idioma linguistico, che viene grammatizzato e ridotto a insieme di lettere; dall’altro, questa stessa diminuzione è la condizione per l’avvio di un altro processo di individuazione concettuale che sta alla base della vita culturale e politica occidentale. Affinché si produca individuazione, quindi, è necessario che vi siano anche delle perdite di individuazione. Le mnemotecniche, così come i dispositivi ritenzionali e ipomnestici, costituiscono sempre dei *pharmaka*, ossia ciò che è insieme cura e veleno, secondo l’idea di Derrida. Pur essendo i supporti necessari della formazione dei fondi preindividuali e dei processi di transindividuazione, essi possono anche comprometterli. È questo il caso della stessa rete internet, che di per sé costituirebbe dei «*milieux* di

geografie umane tecnicamente associate» (Stiegler 2015: 102), dove gli ambienti psichico, simbolico e tecnico sono intrecciati in maniera indissolubile e dove il ruolo di mittente coincide sempre anche con quello di destinatario, per cui chi è nella posizione passiva di consumatore potrebbe assumere quella attiva di praticante, amatore e contributore.

Quel che in ultima analisi risulta dirimente, per Stiegler, sembra essere la presenza o meno di una partecipazione al processo di individuazione psico-collettiva, una partecipazione simbolica che pertiene quindi all'*homo faber* e non – *sit venia verbo* – all'*homo consumer*. Per tale ragione, Stiegler giunge alla conclusione che l'individuazione prodotta dalle industrie culturali e dei servizi sia in realtà una perdita di individuazione, poiché essa è realizzata a discapito dell'individuazione dei singoli e del collettivo, di modo che gli individui restano confinati nelle loro particolarità. Inoltre, tale de-individuazione si attua mediante uno sfruttamento dei circuiti di transindividuazione che finisce per distruggerli. Infine, le individuazioni generate dal consumo sono per loro natura strumentali ed effimere, cosicché, mentre il sistema alfanumerico derivato dalla grammatizzazione giudaico-greca era essenzialmente neghentropico, ossia approntava un ordine suscettibile di nuove individuazioni, l'impiego delle tecnologie di calcolo ai fini dell'accumulo e della circolazione di capitale dà come risultato ultimo l'entropia.

Ci sembra dunque di poter rintracciare nella de-individuazione consumistica l'essenza di quel che Simondon descrive come atto immorale, contrapponendolo all'etica in quanto perpetuazione dell'individuazione e includendo queste riflessioni, significativamente, nella conclusione della sua tesi di dottorato:

L'atto immorale, se esiste, consiste nell'atto che distrugge i significati esistenti o quelli che sarebbero potuti esistere e che invece che localizzarsi in se stesso come atto non morale, introduce uno schema di confusione che, a sua volta, impedisce agli altri atti di strutturarsi in rete. In tal senso, non si configura propriamente come un atto, bensì come l'inverso di un atto, un divenire che assorbe e distrugge i significati relazionali degli altri atti, che li conduce su false piste di trasduttività e che smarrisce il soggetto in rapporto a se stesso: si tratta di un atto parassita, un falso atto che trae la sua apparenza di significato da un contro-significato (Simondon 2020: 454).

La perdita di singolarità e di individuazione, il crollo del simbolico e del narcisismo primordiale, come si è visto, sono il risultato di un processo di grammatizzazione generalizzata e totalizzante. Tornando al principio del nostro discorso, dunque, possiamo osservare come la grammatizzazione totale trovi corrispondenza nella dilatazione altrettanto estesa dell'ipomnesi, tale da compromettere l'anamnesi. Già

Simondon aveva osservato come nell'epoca industriale l'operaio fosse stato spogliato del proprio ruolo di individuo tecnico, il quale era stato assunto dalla macchina. La formalizzazione meccanica dei gesti produttivi del lavoratore, infatti, lo avevano messo al servizio della macchina e lo avevano espropriato del suo saper-fare, riducendolo a proletario, colui il quale è in possesso soltanto delle proprie forze e di quelle dei suoi figli. L'epoca iperindustriale, a sua volta, è stata caratterizzata dall'assimilazione di lavoro materiale e intellettuale, dall'inserimento di produttori e consumatori nello stesso regime di calcolo, nonché dall'estensione di tale regime ad ogni sfera dell'esistenza sensibile. L'imponenza di tale apparato ipomnestico ha provocato un'esteriorizzazione di una quantità sempre maggiore di funzioni cognitive, di saperi, di memoria individuale e collettiva, automatizzandoli a fini perlopiù economici e sottraendoli alla manipolazione creativa degli esseri umani. Dopo la perdita del saper-fare, quindi, essi hanno conosciuto quella del saper-vivere, subendo una proletarizzazione generalizzata che destituisce il desiderio e li rende via via più obsoleti e impotenti.

Si tratta dunque – si perdoni l'espressione vetusta – di riappropriarsi dei mezzi di produzione simbolica, o meglio di reinventarli e integrarli in una nuova partecipazione all'individuazione psichica, collettiva e tecnica. L'umiltà immediatamente indotta da un compito di questo tipo ci induce a iniziare dall'apparente naturalezza e semplicità di quell'attrezzo di cui l'uomo ha fatto pratica per millenni. Stiamo naturalmente parlando del linguaggio, la cui prossimità all'essere umano è pari alla sua potenza simbolica e ciò lo rende particolarmente disponibile rispetto ad altri mezzi. Ci concentreremo in particolare sulle riflessioni compiute da Maurice Merleau-Ponty e, attraverso di esse, vedremo come nel linguaggio letterario le vocazioni simboliche della parola acquisiscano una spiccata intensità e limpidezza.



## 8. Merleau-Ponty: Il linguaggio parlante

In esordio, è necessario precisare che le considerazioni di Merleau-Ponty in merito al linguaggio si inseriscono in un disegno più ampio, il cui proposito – rimasto incompiuto e soltanto tangenziale rispetto al nostro – era quello di fondare una teoria della verità che chiarisse il rapporto tra l'esperienza percettiva del mondo e la sua conoscenza. Tra questi due problemi si inserisce quello della significazione e, nello specifico, della significazione linguistica, che ci interessa maggiormente. Merleau-Ponty intavola il proprio discorso in polemica con alcuni assunti che pesano, implicitamente o esplicitamente, sia sulle concezioni del linguaggio che poggiano sull'intuitività del senso comune, sia su quelle in cui ci si può imbattere nell'ambito scientifico. Tra questi si può contare il carattere meramente espressivo della parola, per cui questa non consisterebbe in nient'altro che un segno arbitrariamente associato a pensieri o significati preesistenti, che potrebbero così essere comunicati da lettere o fonemi. Un linguaggio di questo tipo risulterebbe del tutto denotativo e si limiterebbe a indicare qualcosa di autonomo e autoesplicativo, comprensibile nello stesso identico modo dai diversi parlanti. Del resto, è innegabile che la comunicazione sia possibile in virtù del fatto che tutti conoscono preventivamente il significato delle parole che compongono la lingua. In tal modo, tuttavia, la stessa comunicazione perderebbe buona parte della sua ragion d'essere, poiché essa non farebbe che veicolare dei messaggi già contenuti nella mente dei parlanti, la cui attività locutoria si ridurrebbe a un "ripetere a pappagallo", a un far circolare indefinitamente dei significati condivisi. Inoltre, il contrasto tra il numero finito dei segni costitutivi di una lingua e la sconfinata moltitudine delle significazioni può far pensare che un gruppo ristretto di significati primari, espressi inequivocabilmente e senza residui dai loro segni corrispondenti, contenga già in nuce tutti i significati possibili, per cui l'intero universo espressivo, simbolico e concettuale sarebbe, sin dall'inizio, racchiuso nella sua matrice linguistica.

Secondo Merleau-Ponty, queste idee trovano una propria condensazione nell'algoritmo matematico, il quale consiste in un'estrema rarefazione, stilizzazione e formalizzazione del linguaggio, tale che in esso vengono stabiliti intenzionalmente dei rapporti di corrispondenza biunivoca tra una manciata di segni e dei significati rigorosamente delimitati e definiti una volta per tutte. Nell'algoritmo, l'ambiguità di

significato non è ammessa ed equivale all'errore, poiché ogni operazione dev'essere giustificabile secondo i rapporti di significazione stabiliti a monte, ovvero tramite l'insieme dei significati primari. In tal modo, il linguaggio algoritmico si configura come un regime di pura consequenzialità che consente alle scienze esatte di sviluppare le proprie conoscenze non come semplice accumulazione di idee, ma secondo una loro duplice integrazione: da un lato, infatti, i nuovi significati comprendono gli antichi come loro casi particolari; dall'altro, i vecchi significati presuppongono quelli nuovi come possibilità di un loro sviluppo coerente. L'algoritmo prospetta quindi una totalità della conoscenza che, anche nel caso in cui non fosse concretizzabile, rimane comunque concepibile come *telos* ideale, posto al termine di uno svolgimento compiuto dei suoi principi fondamentali. Collocati sullo sfondo di questa totalità, i significati prendono il loro posto come se questo li avesse attesi da sempre e si ammantano di un'aura di immobile eternità. Si è allora sotto l'impressione che essi posseggano una propria sostanza e contengano la propria verità tutta intera, al punto da mantenere un'esistenza indipendente dai segni che sono loro attribuiti e dalle forme contingenti che essi possono assumere.

In realtà, Merleau-Ponty mostra come non esiste formalizzazione che, a prescindere da suo grado di astrazione e generalizzazione, non sia fondamentale radicata nell'esperienza sensibile. Ciascun significato emerge nella propria purezza cristallina solo in seguito a una sublimazione che richiede, per avere luogo, il rapporto del soggetto conoscente con una realtà concretamente esperibile, e tale rapporto si instaura tramite quella significazione allo stato grezzo che è la percezione. L'elaborazione intellettuale si presenta dunque come un proseguimento conoscitivo di quell'esperienza percettiva, alla quale essa rimane legata da un cordone ombelicale che non può essere reciso senza compromettere la stessa operazione di sintesi. Bisogna dunque riconoscere che ciascun sistema particolare continua a dipendere dalla catena di significazioni che gli ha dato origine, che esso non è in grado di contenere ed esprimere totalmente di per sé. Lo stesso algoritmo, del resto, intrattiene un debito inestinguibile nei confronti del linguaggio naturale, dato che i suoi simboli assumono un significato solo in relazione a degli enunciati linguistici.

Ci si potrebbe ora chiedere se ci sia un'attinenza tra l'algoritmo nella forma in cui lo concepisce Merleau-Ponty e gli algoritmi informatici trattati nei capitoli precedenti.

Dopotutto, quel che il filosofo si propone di fare è sottoporre alla propria critica un metodo deduttivo, più vicino all'approccio *top-down* tipico dei vecchi stili di programmazione che agli algoritmi predittivi usati per la personalizzazione, i quali invece adottano un metodo *bottom-up* e, attraverso la raccolta dati, sembrano propendere per l'induzione. Di primo acchito, nessuna conoscenza sembrerebbe avvicinarsi maggiormente alla concreta esperienza di quella derivata dall'estrazione massiccia di dati e dal comportamento adattivo garantito da un incessante *feedback*. È pur vero che, al contrario dell'algoritmo descritto da Merleau-Ponty, l'apprendimento automatico sembrerebbe assecondare in una certa misura il divenire. Esso non pretende di far discendere tutti i casi particolari dalla predisposizione di una serie di rapporti e postulati che dovrebbe implicarli tutti, bensì costruisce la propria analisi e i propri schemi statistici a posteriori. Tuttavia, se il classico algoritmo matematico estrapola i significati dalla particolarità della loro situazione spaziale e temporale, per renderli eterni, il *machine learning* li inserisce all'interno di una gerarchia e di una tendenza statistica che modula il loro effetto futuro. Entrambi gli approcci costituiscono modalità di selezione e intensificazione dei significati basate sull'adozione di un rigido criterio di consequenzialità lineare, per cui tutta la realtà si riduce a una semplice catena causale. L'effetto del primo è quello rendere alcuni significati assoluti e atemporalmente, quello del secondo consiste nell'ignorare la possibilità di salti quantici, ossia di riconfigurazioni complessive di un sistema che possono essere dovute all'intervento qualitativamente dirompente di elementi eccentrici. Questi stessi elementi verranno invece marginalizzati una volta posti su un piano statistico, all'interno del quale il loro stato di eccezione risulta irrilevante. Ciò che, in ultima istanza, finisce per accomunare i due modelli è il fatto che entrambi producono un oblio e un'esautorazione dell'esperienza, pur trovando origine in essa. In entrambi i casi, i significati dissolvono i loro presupposti esperienziali e vi si sostituiscono.

Ristabilendo il rapporto di dipendenza che lega la pensabilità di un significato all'esperienza della cosa percepita, Merleau-Ponty individua nella percezione un avvenimento che apre su una verità. Ciò significa che l'attività conoscitiva e l'emergere di significati sono resi possibili dal coinvolgimento del soggetto in un mondo significativo attraverso dei legami carnali. Aprire gli occhi sul mondo significa trovarsi immersi in qualcosa che è già lì, ma significa anche, contemporaneamente, ricostituire quel mondo

a partire dal proprio essere situati al suo interno. Percepire significa quindi avvertire la propria situazione nei confronti delle cose e assumere una particolare disposizione verso di esse o, come lo chiama Merleau-Ponty, uno stile. La percezione, infatti, intesse tutta una serie di relazioni attuali e possibili tra la varietà degli oggetti che le si offrono, nonché tra questi stessi oggetti e il soggetto percipiente, ma tali relazioni tendono a svanire nel momento stesso in cui compaiono, seguendo l'evanescenza temporale della percezione stessa. La conoscenza, allora, interviene quale tentativo di trattenere, organizzare e stabilizzare le esperienze sensibili, proseguendo e accrescendo l'impeto inaugurato dalla percezione, ossia rafforzando la sua presa sul mondo. In altre parole, quel che Merleau-Ponty descrive non è altro che un processo ritenzionale via via più complesso, dove l'articolazione tra i diversi tipi di ritenzione accompagna il prodursi e il divenire dei significati. Ma se il significato emerge dall'incontro percettivo tra il soggetto e il mondo, per poi prestarsi a evoluzioni conoscitive, ciò implica il fatto che l'algoritmo e il pensiero matematico in generale, ben lungi dall'essere descrittivi e dal prendere atto di verità eterne, sono prima di tutto creativi. Essi contribuiscono al divenire dei significati, ossia al loro originarsi nel fluire delle relazioni, fornendo di volta in volta delle risposte a problematiche aperte. È soltanto a causa della commistione tra l'immediatezza conferita al mondo dall'esperienza percettiva e il rigore logico del pensiero matematico che i significati vengono oggettivati, quindi resi eterni e assoluti, mentre la loro creazione e il loro divenire vengono rimossi.

Il suo carattere creativo fa sì che l'espressione algoritmica non si ponga di per sé in un rapporto conflittuale con il linguaggio. Al contrario, essa rappresenta un caso particolare della parola e potremmo dire che, colto nel suo movimento originale, il pensiero matematico consiste in una delle possibili risposte all'impulso desiderante che sorge dal contatto percettivo con il mondo. Detto altrimenti, nel suo afflato creativo, il pensiero matematico costituisce uno dei momenti della produzione simbolica, ed esso conserva tale afflato fintantoché non si pretenda di sostituire i suoi risultati alla realtà che li ha generati, quasi si trattasse di una scoria. In tal senso, è proprio nell'impiego letterario che il linguaggio rivendica con più decisione la sua predisposizione creativa, e ciò non tanto per quell'ovvia finzione a partire dalla quale nascono le opere letterarie, bensì perché ciascuna di queste opere accoglie con naturalezza la propria parzialità. Alla volontà di cogliere in un unico sguardo oggettivante la totalità del reale, infatti, l'opera

letteraria preferisce la fondazione di un punto di osservazione particolare, ed è piuttosto nel proliferare e nell'incrociarsi di questa moltitudine di sguardi soggettivi che il processo creativo di significazione risulta inesauribile nel suo complesso.

Interrogandosi su come tale significazione giunga a realizzarsi, Merleau-Ponty afferma la necessità di risalire oltre i significati stabiliti per coglierli nel momento della loro formazione. Una volta acquisita la loro consistenza, infatti, i significati tendono ad attribuirsi una propria sostanzialità e a cancellare le tracce dell'operazione che li ha costituiti, cosicché essi appaiono stabili e indipendenti, associati solo incidentalmente a dei segni che li indicano e li manifestano esteriormente. In realtà, se inserito nel terreno di coltura che Merleau-Ponty chiama "linguaggio vivente", ciascun significato si mostra come l'esito particolare di un processo di differenziazione e organizzazione del linguaggio nel suo complesso. Tale processo si concretizza attraverso degli atti di parola, ossia dei gesti che compongono e contrappongono segni e significati, nella dimensione diacronica che caratterizza la modulazione della catena verbale. Come insegna la linguistica di Saussure, la rilevanza significante di un segno o di un significato dipende sia dalla loro associazione ad altri segni e significati, sia dall'esclusione di tutti quelli che si sarebbe potuto impiegare al loro posto. Il potere di significazione di una lingua, quindi, non è dato dall'insieme delle sue unità costitutive (i segni) e nemmeno dalla somma delle parole che formano il suo lessico, ma proprio dal succedersi di questi gesti di diversificazione che, ripetendosi, conferiscono al linguaggio una sua coerenza e comunicabilità, pur non compromettendone il divenire e la potenza creatrice. Tale connubio di ripetizione e differenza è rintracciabile già nel suo stadio embrionale, ossia quello relativo alla formazione di fonemi e morfemi, i quali hanno finito per sedimentarsi in una compagine ordinata, eppure non significano nulla al di fuori della loro combinazione e della resistenza che imprimono gli uni sugli altri. Da un lato, la ripetizione linguistica consiste nella possibilità di mettere le briglie a una percezione fuggevole e restia a farsi addomesticare, così da poterla maneggiare e predisporre alla costruzione di un sapere; dall'altro, la differenziazione dona al linguaggio un significato metafisico, ossia gli concede di librarsi al di sopra del mondo sensibile per istituire nuovi rapporti tra le cose e una coerenza che gli sia propria.

In base a quanto visto, si potrebbe dire che il linguaggio, inteso come sistema, si riafferma e si rinnova attraverso ogni atto linguistico, cosicché l'individuazione di un

significato comporta al contempo l'individuazione del linguaggio stesso. D'altra parte, la pratica del linguaggio, compreso il linguaggio letterario, e quella delle scienze esatte sono accomunate dal fatto che entrambe non possono esimersi dal far riferimento a un ambiente linguistico, nel caso del primo, e a un *corpus* di conoscenze, nel caso delle seconde, a partire dai quali esse compiono i propri esercizi di riconfigurazione e innovazione. Ciò implica anche che tali pratiche finiscono per innestarsi nei rispettivi sistemi e, talvolta, li fecondano, originando ulteriori sviluppi. Risulterebbe difficile immaginare una lingua italiana senza l'apporto di quel florilegio di significazioni che si è soliti radunare sotto il nome di Dante, così come il vocabolario della lingua inglese avrebbe un aspetto del tutto diverso se Shakespeare non fosse mai esistito. Tuttavia, come si è detto, il linguaggio vivente si distingue dalla scienza in quanto esso rinuncia a un'idea di totalità intesa come sistematizzazione positiva e definitiva di un sapere, secondo cui il presente incorpora il passato come suo sottoinsieme. La ripresa e l'integrazione operate dal linguaggio consistono piuttosto in una perenne rifondazione di se stesso, in una riattivazione del proprio processo di differenziazione significativa. Come sostiene Merleau-Ponty, la dimensione propria del linguaggio consiste non tanto nell'essenza, ma nell'esistenza, e la sua universalità corrisponde alla continuità del proprio divenire.

Quanto si è detto per il linguaggio in generale è altrettanto vero sul piano culturale. La significazione linguistica trascende l'impatto diretto col mondo dato dalla percezione e permette di toccarlo con le parole, stabilendo una certa distanza tra di esso e il soggetto. Quando il linguaggio si fa letterario, esso non ripudia il linguaggio comune, da cui pure scaturisce, ma rinuncia al suo pragmatismo, a una corrispondenza precisa tra causa ed effetto, all'uso puramente strumentale delle cose e alle leggi che convenzionalmente governano la realtà. Al posto di tutto ciò, si cerca la possibilità di una nuova genesi, di nuove relazioni basate sull'analogia, sull'accostamento di esperienze sensibili affini o disparate, sul sovvertimento più o meno marcato dei rapporti logici e delle successioni temporali. Insomma, si tenta di ricostituire il mondo secondo un'estetica altra, realizzando una menzogna degna della propria verità. Questa ricostruzione procede indefessa per ogni opera, che inaugura un nuovo inizio nella misura in cui si inserisce in una tradizione. Merleau-Ponty riprende da Husserl l'idea secondo cui la tradizione è oblio delle origini, in modo tale che pagare il tributo a una tradizione non significa istituire un culto dei morti, sia esso culturale o economico, ma ripetere l'atto creativo che essa lascia in sospeso a

favore dei suoi eredi, affinché essi imprimano su quella ripetizione il sigillo della propria differenza. Ciascun atto creativo fa sì che gli atti che lo hanno preceduto continuino ad esprimersi attraverso di esso e, contemporaneamente, compie quella metamorfosi necessaria alla propria e alla loro tradizione, ossia all'apertura verso un avvenire di nuove significazioni. L'atto creativo, quindi, è anche distruttivo: distrugge il passato come mera sopravvivenza, come abitudine, convenzione e ripetizione inerte, ma così facendo lo salva e lo realizza, poiché risponde alla richiesta di liberarne i potenziali impliciti e si insedia in una cultura che adotta le sue innovazioni. Se l'esattezza perseguita dalla designazione scientifica rifugge l'ambiguità di significato e promuove l'affidabilità comunicativa di ciò che resta perennemente identico a sé stesso, privo di equivoci e sbavature, la parola fa di questa stessa ambiguità il propulsore per la prosecuzione indefinita della significazione e per l'acquisizione di significati che ci sono ancora sconosciuti.

Nel momento in cui un atto linguistico autenticamente creativo attualizza i potenziali del passato e insieme costituisce una matrice di idee, rendendosi cioè disponibile a inaugurare un orizzonte di senso, esso eccede sia la finitudine del tempo necessario alla sua esecuzione, sia il significato letterale sul quale si poggia, sia l'intenzionalità e l'esistenza del singolo parlante. Infatti, l'atto di espressione scaturisce dal soggetto e lo supera prolungandolo, fino ad assumere un'esistenza autonoma e prepararsi ad essere accolto da altri soggetti che possono farlo proprio. In tal modo, tutti gli atti risultano equivalenti: non perché essi siano sostituibili o sovrapponibili gli uni agli altri, ma perché la loro vita spontanea trascina i parlanti verso un campo di significazione comune nel quale tutti i significati confluiscono e si mescolano, determinandosi reciprocamente. Questa tensione in un unico, multiforme gesto collettivo rende conto sia dell'universalità del desiderio che sta alla base dell'umano, sia della natura profondamente transindividuale del linguaggio. Niente più del linguaggio esprime la collettività dei mondi psicologici: se ciascuno conduce la propria vita interiore separatamente dagli altri e il vissuto dell'uno risulta impermeabile al vissuto dell'altro, risulta tuttavia impossibile tracciare un confine che circoscriva un pensiero e riesca ad attribuirlo a un individuo come sua proprietà. L'uso del linguaggio implica una compenetrazione tra individuo e collettività che passa dall'apprendimento infantile e perdura per tutta la vita, cosicché anche pensare o parlare in assoluta solitudine significa condividere necessariamente un mondo di significazioni con gli altri. Eppure, per esistere,

il verbo deve farsi carne. Soltanto la singolarità della *parole* conferisce concretezza all'ordine astratto della *langue* e ne assicura in ogni momento la ricomposizione a sistema. La pratica del linguaggio garantisce la comunicazione nella ripetizione di gesti linguistici che risultano però anche unici e irripetibili. L'individuo parlante contribuisce alla vitalità della lingua, sia adottandone i significati acquisiti, sia deviando da essi più o meno sensibilmente, attraverso la costituzione di uno stile personale – misto di differenza e ripetizione tra atti linguistici unici – che si presta tuttavia a essere integrato e trasmesso nel campo delle significazioni. Questo rapporto paradossale tra l'eccezionalità di ciascun enunciato e la sua tendenza a incorporarsi nel sistema linguistico per poter significare si comprende tenendo presente che l'uso del linguaggio consiste proprio in questa tensione tra differenziazione e ricomposizione, ed è solo così che il linguaggio conserva la sua esistenza. D'altro canto, se ne deduce che ogni atto locutorio non significa mai se stesso compiutamente, ma rinvia continuamente alla possibilità ulteriori significazioni, in un movimento di costituzione e ricostituzione della realtà, proprio come la percezione non può che transitare attraverso una serie infinita di prospettive parziali e di oggetti cangianti.

L'irriducibile parzialità di ogni gesto linguistico è dovuta proprio al fatto che il linguaggio si manifesta innanzitutto come voce, ossia incarnandosi in un corpo che inaugura un sistema votato all'indagine del reale tramite l'introduzione di distanze, rilievi, significati e distinzioni. In breve, il corpo fa sì che il soggetto si costituisca come presenza che si relaziona a un mondo e in tal modo gli conferisce senso. Ciò avviene perché ogni percezione si configura sin da subito come azione, ossia come gesto espressivo che, costituendo e disponendo dei segni, ritrova nella loro disposizione anche un senso da attribuire al mondo che ne era privo. Tale senso non esaurisce la sua funzione nell'istante della sua produzione, ma fonda un campo di significazione che si associa al soggetto e allo stesso tempo lo supera. Il gesto espressivo non esaurisce la sua portata nell'ambito circoscritto del soggetto perché la sua corporeità è una condizione che lo accomuna ad altri soggetti e, in quanto significazione, essa risulta trasferibile. L'io, riconoscendo nell'altro una corporeità sensibile simile alla propria, lo identifica come altro se stesso, insieme uguale e distinto. Si instaura così una situazione comune, ossia una presenza al mondo condivisa, che consiste nel riconoscimento del fatto che l'altro è una fonte inesauribile d'essere per l'io come esso lo è per l'altro. Si potrebbe dire,



ritornando a Simondon, che ad accomunare gli individui sia la possibilità che essi hanno di istituire una sinergia tra i propri fondi di realtà preindividuale.

A partire da questa identificazione, la comunicazione diventa possibile, poiché i soggetti sconfinano l'uno nell'altro attraverso lo scambio e il riconoscimento dei reciproci significati. La conversazione, quindi, istituisce un sistema io-altri dove il corpo di ognuno si raccoglie nel gesto locutorio e lo trasporta nella prospettiva dell'altro. In particolare, Merleau-Ponty sostiene che, nel momento dell'ascolto, il soggetto non si limita a percepire i suoni che gli giungono all'orecchio, bensì accoglie la voce dell'altro che parla in lui e così facendo, in un certo senso, lo abita. Da questo punto di vista, ci sembra possibile assimilare la voce a un oggetto temporale, per cui non sarebbe sbagliato dire che la coscienza del soggetto si accorda con il tempo della parola altrui. Tramite questa sincronizzazione, il soggetto rappresenta dentro di sé la voce dell'altro e può farla propria per contribuire a un arricchimento interindividuale della catena verbale e delle sue significazioni. Nel dialogo, dunque, la comunanza dell'essere viene superata da una comunanza del fare, della produzione comune di senso che infrange il silenzio e trova nell'espressione un superamento del rapporto di opposizione io-altro: l'io e l'altro dismettono la propria rivalità. Proprio per questo, la reciprocità del dialogo fa sì che l'io non si limiti ad accogliere la parola dell'altro per agirvi, ma che quella stessa parola abbia il potere di scombinare e ricombinare l'io stesso. Si tratta dunque di un dare e un ricevere che si compiono nello stesso gesto. Una volta che l'io abbia convogliato nelle sue parole la propria esperienza della lingua, la posizione assunta nel mondo, le proprie relazioni con gli altri, le questioni risolte e quelle rimaste in sospeso, la voce dell'altro può giungere come elemento di novità in grado di increspate la superficie di questo equilibrio, se non, talvolta, di sovvertirlo e ricostruirlo. La presenza dell'altro perturba il campo di forze proprio del soggetto e provoca una deviazione dei segni che li allontana dai loro significati consueti per restituirli a una significazione originale.

Ciò è tanto più vero nel caso dell'opera letteraria. Merleau-Ponty assegna a quest'ultima una posizione dominante nel rapporto con il lettore, il quale si limiterebbe a rendere possibile l'incontro con l'opera portando con sé il bagaglio formato dalle conoscenze linguistiche convenzionali e acquisite nell'ordinarietà della comunicazione. Tuttavia, se un libro possiede la peculiarità di saper scompaginare quegli assetti linguistici consolidati, di cogliere il lettore di sorpresa e condurlo verso un altro orizzonte di senso,

è altresì vero che, come ci ricorda Stiegler, la stessa opera letteraria risponde a un'attesa dell'inatteso che riposa intimamente nel cuore dell'individuo. Essa attende, per potersi compiere, il soccorso fondamentale di chi sappia porvi ascolto. Detto ciò, resta indubbio che nella pratica letteraria il linguaggio trovi la possibilità di dispiegare pienamente la propria potenza di differenziazione. Non solo l'opera dello scrittore si assume il compito di sollecitare fino e oltre i limiti del nonsense la capacità di tenuta semantica del linguaggio comunicativo, ma essa conferisce un'ulteriore intensità ai propri significati sfruttando il controllo sugli enunciati accordato dalla grammatizzazione alfabetica. Un libro trova la propria principale ragion d'essere nell'esercitare un'azione di decentramento sulle rappresentazioni che il lettore ha di se stesso e del mondo, di modo che le righe di un romanzo o i versi di una poesia diventano letteralmente i suoi pensieri o, in certe occasioni, la sua voce. Tale decentramento corrisponde quindi a un ampliamento dell'esperienza individuale potenzialmente inesauribile, ma esso non si risolve nel contatto con un'alterità indefinita. In quanto esperienza estetica, il linguaggio letterario ritrova nella messa in scena del gioco percettivo la memoria della presenza corporea e della situazione particolare di ognuno rispetto al mondo. Nella varietà dei suoi personaggi, nella concatenazione delle loro vicissitudini, nelle vibrazioni che distinguono i moti interiori, così come nello stile che definisce la voce di un autore, la letteratura non fa che restituirci esperienze singolari, poiché è soltanto dando vita a proprie singolarità che essa riesce a incontrare la singolarità di ciascun lettore, a sorprenderlo e a parlargli secondo ciò che lo distingue e insieme lo avvicina a tutti gli altri.

Lungo il nostro percorso abbiamo constatato come l'esperienza estetica, presa nella rete, venga condotta verso un complessivo appiattimento consumistico che genera a-significazione e decomposizione simbolica. Il linguaggio, è il caso di dirlo, non fa differenza. I messaggi che corrono attraverso server e dispositivi assolvono perlopiù compiti puramente comunicativi, mentre i post sui social network vengono fagocitati dallo scorrere dei flussi pubblicitari e d'informazione. L'interazione avviene secondo un'ibridazione tra scritto e parlato che conduce a una doppia perdita: da un lato, l'assenza di corporeità fa venir meno quell'accordo fra la temporalità delle coscienze reso possibile dal dialogo; dall'altro, l'approssimazione e la brevità dei messaggi di testo comprime al minimo la portata della loro significazione. In tal modo, il linguaggio sviluppa una

stereotipia che va ad aggiungersi a quella del linguaggio pubblicitario che accomuna vecchi e nuovi media. Anche in ambito linguistico si riscontra quella dissociazione tra sincronia e diacronia che rende il linguaggio schiavo di una ripetizione senza differenziazione, provocandone il decadimento e contribuendo in maniera sostanziale alla disgregazione del ciclo di produzione simbolica. Forse, una delle manifestazioni più evidenti di questo fenomeno è riscontrabile nell'impiego dei memi: sebbene la propagazione di questi semplici segni tra le comunità virtuali abbia in genere comportato anche una loro corrispondente variazione, essi vengono sempre più spesso ridotti a significanti vuoti, ripetuti meccanicamente da gruppi di utenti, cosicché la loro unica funzione diviene quella di provare un'appartenenza identitaria. Rievocando l'inattualità dell'espressione letteraria, il nostro intento non è quello di istituire contrapposizioni retributive e nemmeno di contribuire ad allungare la lista degli appelli accorati alla lettura, che spesso hanno il solo effetto di replicare un approccio quantitativo all'esperienza estetica. Si tratta piuttosto di riattivare un rapporto diverso con il linguaggio. Se Stiegler, insieme a Simondon, ci insegna che l'essere umano traccia la propria sagoma nel terreno della tecnica, è altresì vero che, per Heidegger, l'essere dei mortali ritrova nel linguaggio la propria dimora. Si dovrà quindi cercare una modalità di esistenza secondo cui l'individuazione del sistema tecnico non prosciughi le fonti di individuazione psichica e collettiva, tra cui il linguaggio trova una collocazione di primo piano. A nostro avviso, una ricomposizione tra lo sviluppo tecnico e una produzione simbolica autenticamente partecipativa costituisce una necessità irrinunciabile per la costruzione di reti che mettano in relazione esseri singolari, anziché utenti, e che sappiano veicolare un linguaggio parlante. Infatti, solo coltivando la pluralità delle esperienze e la creazione che procede dalla differenza potremo sperare di affrontare con qualche efficacia le discrasie distruttive che abbiamo contribuito a creare.



## Bibliografia

- Bakshy, E., Messingand, S., & Adamic L. A. (2015). Exposure to ideologically diverse news and opinion on Facebook. *Science*, 348(6239), 1130-32. <https://doi.org/10.1126/science.aaa1160>
- Barberá, P. (2014). *How social media reduces mass political polarization: Evidence from Germany, Spain, and the U.S.* LXXIII Congress of the Midwest Political Science Association.
- Barbieri, G. L. (2014). *Il laboratorio delle identità: Dire io nell'epoca di internet*. Sesto San Giovanni: Mimesis.
- Barbieri, G. L. (2020). Le narrative del selfie: Narcisismo ma non solo. In A. R. Pennella (a cura di), *Nello smartphone di Narciso: Identità, pensiero e narcisismo nell'epoca del web* (pp. 127-41). Sesto San Giovanni: Mimesis.
- Bardin, A. (2010). *Epistemologia e politica in Gilbert Simondon: Individuazione, tecnica e sistemi sociali*. Valdagno: Fuoriregistro.
- Baron, N. S. (2008). *Always On: Language in an Online and Mobile World*. New York: Oxford University Press.
- Bell, D. (1973). *The Coming of Post-Industrial Society: A Venture in Social Forecasting*. New York: Basic Books.
- Boxell, L., Gentzkow, M., & Shapiro, J. M. (2017). *Is the Internet causing political polarization? Evidence from demographics* (NBER Working Paper 23258). National Bureau of Economic Research. <https://www.nber.org/papers/w23258>
- Canari, P. (2020). A proposito di solitudini di connessione. In A. R. Pennella (a cura di), *Nello smartphone di Narciso: Identità, pensiero e narcisismo nell'epoca del web* (pp. 71-78). Sesto San Giovanni: Mimesis.
- Canari, P., Carapellese, C., Grasso, M., Guerra, G., & Pennella, A. R. (2020). Conversazioni cliniche a partire da Lorenzo. In A. R. Pennella (a cura di), *Nello smartphone di Narciso: Identità, pensiero e narcisismo nell'epoca del web* (pp. 185-206). Sesto San Giovanni: Mimesis.
- Cantelmi, T., Toro, M. B., & Talli, M. (2010). *Avatar: Dislocazioni mentali, personalità tecno-mediate, derive autistiche e condotte fuori controllo*. Roma: Edizioni Scientifiche Ma.Gi.
- Carapellese, C. (2020). Solitudini di connessione: Autocostruzioni e autoriparazioni del sé tra bisogno di controllo e timore di invisibilità. In A. R. Pennella (a cura di), *Nello smartphone di Narciso: Identità, pensiero e narcisismo nell'epoca del web* (pp. 61-72). Sesto San Giovanni: Mimesis.
- Celma, Ò., (2010). *Music Recommendation and Discovery: The Long Tail, Long Fail, and Long Play in the Digital Music Space*, Berlin: Springer-Verlag.
- Chodos, A. T. (2019). What does music mean to Spotify? An essay on musical significance in the era of digital curation. *INSAM Journal of Contemporary Music, Art and Technology*, I(2), 36-64.

- Cinelli, M., De Francisci Morales, G., Galeazzi, A., Quattrociocchi, W., & Starnini, M. (2021). *The echo chamber effect on social media*. Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America, 118(9). <https://doi.org/10.1073/pnas.2023301118>
- Colleoni, E., Rozza, A., & Arvidsson, A. (2014). Echo chamber or public sphere? Predicting political orientation and measuring political homophily in Twitter using big data. *Journal of Communication*, 64(2), 317-32. <https://doi.org/10.1111/jcom.12084>
- Datta, H., Knox, G., & Bronnenberg, B. J. (2018). Changing their tune: How consumers' adoption of online streaming affects music consumption and discovery. *Marketing Science*, 37(1), 5-21. <https://doi.org/10.1287/mksc.2017.1051>
- Debord, G. [1992] (1997). *La società dello spettacolo*. Milano: Baldini&Castoldi.
- Dreyfus, H. [1972] (1998). *Che cosa non possono fare i computer: I limiti dell'intelligenza artificiale*. Armando: Roma.
- Fisher, M. [2009] (2018). *Realismo capitalista*. Roma: Produzioni Nero.
- Fisher, M. [2018] (2020). *Il nostro desiderio è senza nome: Scritti politici. k-punk/1*. Roma: minimum fax.
- Flaxman, S., Goel, S., & Rao, J. M. (2016). Filter bubbles, echo chambers, and online news consumption. *Public Opinion Quarterly*, 80(S1), 298-320. <https://doi.org/10.1093/poq/nfw006>
- Franceschetti, L. (2020). Identità e dipendenze digitali: Nuovi stili di vita o nuove emergenze sociali? In A. R. Pennella (a cura di), *Nello smartphone di Narciso: Identità, pensiero e narcisismo nell'epoca del web* (pp. 19-47). Sesto San Giovanni: Mimesis.
- Goffman, E. [1959] (1969). *La vita quotidiana come rappresentazione*. Bologna: Il Mulino.
- Granovetter, M. S. (1973). The strength of weak ties. *American Journal of Sociology*, 78(6), 1360-80. <https://doi.org/10.1086/225469>
- Grasso, M. (2020). "Si se non noverit": Appunti e contrappunti sul narcisismo come forma perversa di relazione. In A. R. Pennella (a cura di), *Nello smartphone di Narciso: Identità, pensiero e narcisismo nell'epoca del web* (pp. 79-102). Sesto San Giovanni: Mimesis.
- Joinson, A. N. (2001). Self-disclosure in computer-mediated communication: The role of self-awareness and visual anonymity. *European Journal of Social Psychology*, 31(2), 177-92. <https://doi.org/10.1002/ejsp.36>
- Kamin, J. (2019). *Social media and information polarization: Amplifying echoes or extremes?* [Tesi di dottorato, University of Michigan]. [https://deepblue.lib.umich.edu/bitstream/handle/2027.42/153422/julkamin\\_1.pdf](https://deepblue.lib.umich.edu/bitstream/handle/2027.42/153422/julkamin_1.pdf)
- Kiesler, S., Siegel, J., & McGuire T. W. (1984). Social psychological aspects of computer-mediated communication. *American Psychologist*, 39(10), 1123-34. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/0003-066X.39.10.1123>
- Krukowski, D. (2019). *Ways of Hearing*. Cambridge-London: The MIT Press.

- Lacan, J. [1966] (2007). *Scritti: Volume primo*. Milano: Fabbri.
- Lea, M., & Spears, R. (1991). Computer-mediated communication, de-individuation and group decision-making. *International Journal of Man-Machine Studies*, 34, 283-301. [https://doi.org/10.1016/0020-7373\(91\)90045-9](https://doi.org/10.1016/0020-7373(91)90045-9)
- Lessig, L. (1999). *Code and Other Laws of Cyberspace*. New York: Basic Books.
- Lévinas, E. [1961] (2004). *Totalità e infinito: Saggio sull'esteriorità*. Milano: Jaca Book.
- McCaffery, D. (2015). The narrowing gyre of music recommendation. In Turner, K. L. (a cura di), *This is the Sound of Irony: Music, Politics and Popular Culture* (pp. 215-29). Farnham: Ashgate.
- Merleau-Ponty, M. [1969] (2019). *La prosa del mondo*. Sesto San Giovanni: Mimesis.
- Pariser, E. [2011] (2012). *Il filtro: Quello che internet ci nasconde*. Milano: il Saggiatore.
- Pasquinelli, M. [2019] (2021). Tremila anni di rituali algoritmici: L'evoluzione dell'intelligenza artificiale dalla computazione dello spazio. In D'Abbraccio, F., & Facchetti, A. (a cura di), *AI & Conflicts* (pp. 94-113). Brescia: Krisis.
- Pennella, A. R. (2020a). Alcuni link introduttivi. In A. R. Pennella (a cura di), *Nello smartphone di Narciso: Identità, pensiero e narcisismo nell'epoca del web* (pp. 7-16). Sesto San Giovanni: Mimesis.
- Pennella, A. R. (2020b). Dal Golem a Matrix: Note sul narcisismo digitale. In A. R. Pennella (a cura di), *Nello smartphone di Narciso: Identità, pensiero e narcisismo nell'epoca del web* (pp. 103-26). Sesto San Giovanni: Mimesis.
- Pennella, A. R. (2020c). Alla ricerca dei like: Cenni al narcisismo dei social. In A. R. Pennella (a cura di), *Nello smartphone di Narciso: Identità, pensiero e narcisismo nell'epoca del web* (pp. 145-53). Sesto San Giovanni: Mimesis.
- Postmes, T., Spears, R., & Lea, M. (1998). Breaching or building social boundaries? SIDE-effects of computer-mediated communication. *Communication Research*, 25(6), 689-715. <https://doi.org/10.1177/009365098025006006>
- Rheingold, H. [1993] (1994). *Comunità virtuali: Parlare, incontrarsi, vivere nel ciberspazio*. Milano: Sperling & Kupfer.
- Riesman, D. [1950] (2009). *La folla solitaria*. Bologna: Il Mulino.
- Ronco, G., & Spaccarotella, M. (2020). Lorenzo e la terapia come poke: Il muto oggetto del desiderio. In A. R. Pennella (a cura di), *Nello smartphone di Narciso: Identità, pensiero e narcisismo nell'epoca del web* (pp. 173-84). Sesto San Giovanni: Mimesis.
- Sheth, B., & Maes, P. (1993, 1 marzo). *Evolving agents for personalized information filtering*. Proceedings of 9th IEEE Conference on Artificial Intelligence for Applications, 345-52. <https://doi.org/10.1109/CAIA.1993.366590>
- Simondon, G. [2005] (2020). *L'individuazione alla luce delle nozioni di forma e d'informazione*. Sesto San Giovanni: Mimesis.
- Smyrniaios, N. (2018). *Internet Oligopoly: The Corporate Takeover of Our Digital World*. Bingley: Emerald Group Publishing.

- Spears, R., & Lea, M. (1994). Panacea or panopticon? The hidden power in computer-mediated communication. *Communication Research*, 21(4), 427-59. <https://doi.org/10.1177/009365094021004001>
- Spears, R., Postmes, T., Lea, M., & Wolbert, A. (2002). When are net effects gross products? The power of influence and the influence of power in computer-mediated communication. *Journal of Social Issues*, 58(1), 91-107. <https://doi.org/10.1111/1540-4560.00250>
- Sproull, L., & Kiesler, S. (1986). Reducing social context cues: Electronic mail in organizational communications. *Management Science*, 32(11), 1492-1512. <https://dx.doi.org/10.1287/mnsc.32.11.1492>
- Stiegler, B. [2003] (2005). *Passare all'atto*. Roma: Fazi.
- Stiegler, B. [2003] (2014). *Amare, amarsi, amarci*. Sesto San Giovanni: Mimesis.
- Stiegler, B. (2015). *Platone digitale: Per una filosofia della rete*. Sesto San Giovanni: Mimesis.
- Stiegler, B. [2004] (2021). *La miseria simbolica: 1. L'epoca iperindustriale*. Milano: Meltemi.
- Tramis, V. (2020). Oltre i confini di Narciso: Valico creativo o perdita di identità? In A. R. Pennella (a cura di), *Nello smartphone di Narciso: Identità, pensiero e narcisismo nell'epoca del web* (pp. 49-59). Sesto San Giovanni: Mimesis.
- Turkle, S. [1984] (1985). *Il secondo io: Il computer e l'uomo: convivere, amarsi, capirsi*. Milano: Frassinelli.
- Turkle, S. [1996] (1997). *La vita sullo schermo: Nuove identità e relazioni sociali nell'epoca di Internet*. Milano: Apogeo.
- Turkle, S. [2011] (2019). *Insieme ma soli: Perché ci aspettiamo sempre più dalla tecnologia e sempre meno dagli altri*. Torino: Einaudi.
- Walther, J. B. (1992). Interpersonal effects in computer-mediated interaction: A relational perspective. *Communication Research*, 19(1), 52-90. <https://doi.org/10.1177/009365092019001003>
- Walther, J. B. (1996). Computer-mediated communication: Impersonal, interpersonal, and hyperpersonal interaction. *Communication Research*, 23(1), 3-43. <https://doi.org/10.1177/009365096023001001>
- Walther, J. B., & Burgoon, J. K. (1992). Relational communication in computer-mediated interaction. *Human Communication Research*, 19(1), 50-88. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2958.1992.tb00295.x>
- Wiener, N. [1950] (1966). *Introduzione alla cibernetica: L'uso umano degli esseri umani*. Torino: Boringhieri.



## Sitografia

- Barlow, J. P. (1996). *A Declaration of the Independence of Cyberspace*. URL consultato febbraio 2022: <https://www.eff.org/cyberspace-independence>
- Bhageshour, K. (2019, 15 novembre). Data is the new oil – and that’s a good thing. *Forbes*. URL consultato febbraio 2022: <https://www.forbes.com/sites/forbestechcouncil/2019/11/15/data-is-the-new-oil-and-thats-a-good-thing/>
- Kennedy, J. (2016, 5 luglio). Tech is now the world’s biggest industry, according to PwC Global Top 100. *Silicon Republic*. URL consultato febbraio 2022: <https://www.siliconrepublic.com/business/tech-pwc-global-top-100-apple-alphabet-microsoft>
- Kirchgaessner, S., Lewis, P., Pegg, D., Cutler, S., Lakhani, N., & Safi, M. (2021, 18 luglio). Revealed: leak uncovers global abuse of cyber-surveillance weapon. *The Guardian*. URL consultato febbraio 2022: <https://www.theguardian.com/world/2021/jul/18/revealed-leak-uncovers-global-abuse-of-cyber-surveillance-weapon-nso-group-pegasus>
- Mirani, L. (2015, 9 febbraio). Millions of Facebook users have no idea they’re using the internet. *Quartz*. URL consultato febbraio 2022: <https://qz.com/333313/millions-of-facebook-users-have-no-idea-theyre-using-the-internet/>
- noyb aims to end “cookie banner terror” and issues more than 500 GDPR complaints. (2021, 31 maggio). URL consultato febbraio 2022: <https://noyb.eu/en/noyb-aims-end-cookie-banner-terror-and-issues-more-500-gdpr-complaints>
- Pariser, E. (2015, 7 maggio). Did Facebook’s big study kill my filter bubble thesis? Not really – and here’s why. *Wired*. URL consultato febbraio 2022: <https://www.wired.com/2015/05/did-facebooks-big-study-kill-my-filter-bubble-thesis/>
- Paul, K. (2021, 19 agosto). US renews fight with Facebook, arguing company holds monopoly. *The Guardian*. URL consultato febbraio 2022: <https://www.theguardian.com/technology/2021/aug/19/facebook-antitrust-case-ftc-monopoly>
- Stokel-Walker, C. (2021, 16 agosto). TikTok is the new Facebook – and it is shaping the future of tech in its image. *The Guardian*. URL consultato febbraio 2022: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2021/aug/16/tiktok-facebook-tech-future-chinese-video-app>
- The world’s most valuable resource is no longer oil, but data. (2017, 6 maggio). *The Economist*. URL consultato febbraio 2022: <https://www.economist.com/leaders/2017/05/06/the-worlds-most-valuable-resource-is-no-longer-oil-but-data>
- Toonders, J. (2014, luglio). Data is the new oil of the digital economy. *Wired*. URL consultato febbraio 2022: <https://www.wired.com/insights/2014/07/data-new-oil-digital-economy/>