



Genesi di un'utopia del moderno, tra sistema mediale e distopici rovesciamenti

di Roberto Colonna
(Università degli Studi di Napoli Federico II)

TITLE: *Genesis of a utopia of the modern, between medial system and dystopian reversals*

ABSTRACT: La condizione dell'uomo contemporaneo è sempre più dipendente dalle cosiddette tecnologie digitali. In esse, l'immagine ha raggiunto nel volgere di pochi anni una centralità comunicativa che le ha permesso di diventare uno strumento decisivo nelle dinamiche per il dominio dei flussi economici globalizzati. L'immagine, infatti, attraverso l'apporto determinate dei new media, è stata essenziale per l'affermazione di un sistema di mercato – basato sulla semplificazione e sulla mercificazione – finalizzato al controllo e alla gestione dei dati. Tale processo assume le sembianze di un'utopia distopica che poggia le sue fondamenta proprio sulle immagini, ma anche sugli schermi che le proiettano e nella Rete Internet che le diffonde.

ABSTRACT: The condition of contemporary man is increasingly dependent on so-called digital technologies. Within them, the image has gained, in the span of a few years, a communicative centrality that has allowed it to become a decisive tool in the dynamics for the domination of globalized economic flows. Indeed, the image, through the specific contribution of new media, has been essential for the affirmation of a market system – based on simplification and commodification – aimed at the control and management of data. This process takes on the semblance of a dystopian utopia that



primarily relies on images, as well as the screens that project them and the Internet network that disseminates them.

PAROLE CHIAVE: Utopia distopica delle immagini; Digital Humanities; Immagini; New media

KEY WORDS: Dystopian utopia of images; Digital Humanities; Images; New Media

Troppi ragazzi passano dieci, dodici ore
al giorno a scrollare video su TikTok.
I social ti anestetizzano. Ti stuprano il cervello.
(Ultimo in Cazzullo)

La condizione digitale dell'uomo contemporaneo ha subito negli ultimi anni una significativa accelerazione i cui effetti – essendo un processo ancora in atto – non si sono ancora del tutto dispiegati. Nondimeno, nel primo ventennio del Secolo XXI, con il definitivo trionfo dell'immagine, soprattutto a discapito della parola, è possibile scorgere oramai con chiarezza le evidenze della definitiva rimodulazione dell'idea di società 'novecentesca'. Tale trionfo, scaturente da istanze tra loro molto diverse e foriero di temibili contraddizioni, sembra assumere la forma di quella che qui si arrischia nel definire con l'espressione di 'utopia dell'immagine', un'utopia distopica¹ il cui tratto innovatore è in una dimensione 'iperoggettiva',² scandita attraverso un rapporto

¹ Nella definizione di utopia dell'immagine proposta in questa sede, i concetti di utopia e distopia coesistono in una sorta dualismo congiunto per cui le rispettive differenze continuano a persistere sulla base però di una comune origine fondativa, ossia la realtà osservata. In relazione a essa, infatti, l'utopia rappresenta un desiderio di cambiamento e miglioramento, mentre la distopia incarna le ansie verso un futuro oppressivo e disumanizzato: il punto di partenza e quello di arrivo sono gli stessi, ciò che le distingue sono le modalità e le traiettorie dei percorsi che, di volta in volta, intraprendono. A tal proposito, Fredric Jameson in *Il desiderio chiamato utopia* esplora come la percezione dell'utopia sia cambiata nel corso del tempo, spesso assumendo forme distopiche o ambivalenti nell'immaginario contemporaneo. Questa tesi si collega alla sua analisi della cultura di massa, della letteratura e del cinema, evidenziando come le idee di un futuro ideale si intreccino sempre di più con timori e preoccupazioni riguardanti il presente e il futuro (Jameson, *Desiderio*).

² Il concetto di "iperoggetto" è stato coniato da Timothy Morton e si riferisce a un qualsiasi elemento "relativo a cose diffusamente distribuite nello spazio e nel tempo e in relazione con i fattori umani" (Morton 11). Gli iperoggetti sono pertanto entità multidimensionali che esistono a prescindere dalla capacità di comprensione dell'uomo. In tal senso, "il mondo inteso come totalità significante di tutto ciò che è, è impossibile da immaginare e questo semplicemente perché non esiste" (Morton 14) e, proprio per questa ragione, "gli iperoggetti non sono semplici costrutti mentali, ma entità reali la cui essenza ultima è preclusa agli esseri umani" (Morton 28). Come giustamente afferma Gianluca Catalfamo recensendo il romanzo *Borne* di Jeff VanderMeer, gli iperoggetti sono fenomeni di cui gli essere umani possono costatarne solo alcune manifestazioni, ma non possono esperirli come oggetti finiti e sostanziali che, al contrario, possono essere localizzati e osservati: "essere all'interno di questi fenomeni comporta la parzialità del nostro punto di vista; facciamo parte di un sistema di cause complesse, ma lo vediamo



simbiotico con la tecnologia sussunta ben oltre la sua funzione strettamente strumentale.

Una sbozzatura dell'idea di utopia dell'immagine, in realtà, la si trova già in Jean Baudrillard, il quale, in un breve saggio apparso postumo nel 2016, dal titolo *Utopia delle immagini, atopie del reale*, sulla scia dei suoi studi sui simulacri, ne traccia una prima definizione, sebbene, poi, la sua riflessione prenda altre direzioni. In questo articolo il pensatore francese si concentra sul rapporto tra immagine riprodotta e oggetto dell'immagine.

Ciò che voglio evocare a proposito dell'immagine in generale (l'immagine dei media, l'immagine tecnologica) è la perversità della relazione dell'immagine e del suo referente, il supposto reale, la confusione virtuale e irreversibile della sfera delle immagini e della sfera di una realtà di cui noi possiamo sempre di meno cogliere il principio. (Baudrillard)

Nella relazione tra l'espressione reale e l'immagine nella sua accezione dialettica – vale a dire intelligibile in un senso che si muove a partire dal reale per arrivare all'immagine –, secondo Baudrillard l'immagine ha avuto la meglio e ha imposto la sua logica, “una logica immanente, effimera, senza profondità, immorale, al di là del vero e del falso, al di là del bene e del male, logica di sterminio del suo proprio referente, logica di implosione del senso in cui il messaggio scompare all'orizzonte del medium” (Baudrillard).

Paradossalmente,

ciò che bisogna mettere in dubbio, in un modo radicale, è il principio di una referenza dell'immagine, stratagemma tramite cui essa dà sempre l'aria di riferirsi a un mondo reale, a degli oggetti reali, di riprodurre qualcosa che le sarebbe logicamente e cronologicamente anteriore. Nulla di tutto questo è vero. In quanto simulacro, l'immagine precede il reale nella misura in cui essa inverte la successione logica, causale, del reale e della sua riproduzione. (Baudrillard)

dall'interno; non c'è una reale distanza tra l'oggetto osservato e gli osservatori e non siamo in grado di percepirla l'entità" (Catalfamo). Un tipico esempio di iperoggetto è il riscaldamento globale (ma anche la Rete o il capitalismo) poiché non può essere visto né percepito in quanto troppo esteso spazialmente e temporalmente, eppure i suoi effetti sono in concreto tangibili a chiunque (Morton 15-6 e 34-6). Morton evidenzia cinque elementi che caratterizzano gli iperoggetti, ossia la viscosità, la non località, l'ondulazione temporale, il phasing, l'interroggettività. La viscosità si riferisce al fatto che gli iperoggetti sono legati e relativi a più contesti, elementi e situazioni, oltre a essere un *qualcosa* da cui non si può evadere (cf. Morton 43-56); la non località consiste, invece, nel non essere individuabili in un solo punto ambientale in quanto distribuiti in più istanti spaziali (Morton 57-78); l'ondulazione temporale attiene all'essere 'allungati nel tempo' in misura così vasta che gli iperoggetti diventano quasi impossibili da trattenere nella mente di un uomo (per esempio, sebbene un essere umano possa probabilmente comprendere il numero 24.100 – ossia il tempo di dimezzamento del plutonio-239 –, è estremamente difficile che capisca fino in fondo l'effetto di radiazioni durante quel periodo di tempo) (Morton 79-94). Gli iperoggetti possono considerarsi anche fasati (*phased*) perché occupano una particolare dimensione dello spazio che li rende 'impossibili' da vedersi nel loro insieme per un essere umano, il quale è limitato a una percezione della realtà basata sulle tre dimensioni (Morton 95 e 110). Infine, gli iperoggetti sono interroggettativi perché costituiscono quella 'maglia' che galleggia dentro e intorno ad altri oggetti e, essendo reti causalì, lasciano impronte su altri oggetti (Morton 111-130).



L'immagine non ha più (solo) un ruolo, passivo, di riflesso, di specchio, di contropartita del rappresentato, ma ha assunto la capacità attiva di contaminare il reale se non, addirittura, di 'modellizzarlo', ossia di indurre nuovi paradigmi culturali plasmati sulle sue caratteristiche. Tale capacità acquisisce un ruolo sociale significativo per l'eccezionale possibilità di circolazione delle informazioni che gli sviluppi odierni della tecnica permettono.

Il primo embrione concettuale dell'utopia dell'immagine può tuttavia essere storicamente individuato in quelle teorizzazioni di stampo anarcoide nate intorno alla Rete Internet, quando questa iniziò a essere utilizzata anche al di fuori dei circuiti accademici e dei centri di ricerca scientifica grazie al licenziamento della prima versione del protocollo (a livello) applicativo *Hypertext Transfer Protocol* (HTTP) (in italiano, "Protocollo di Trasferimento Ipertesto"). Queste teorie, per un certo tempo, si muoveranno come un tentativo a sé stante e autonomo di utopia: saranno invero esperienze effimere e dagli esiti infruttuosi che però creeranno quell'humus di visioni, riflessioni, conoscenze tecniche e analisi economiche su cui si formerà poi l'utopia dell'immagine, che avrà, non a caso, proprio nella Rete quell'intelaiatura senza la quale non avrebbe potuto neanche essere pensata. Infatti, se nei primi movimenti internauti si poteva leggere un'ideologia votata alla creazione di un mondo migliore che voleva scindersi in modo definitivo da quello reale, con un tipico approccio da utopia di tipo tradizionale, nell'utopia dell'immagine la prospettiva cambia radicalmente: il mondo reale e il mondo immaginato si fondono in maniera che il primo si pieghi alle esigenze del secondo. Pur trovando la sua piena realizzazione nella *virtualità*, l'utopia dell'immagine è materiale, concreta e sfrutta gli strumenti tecnici esistenti, spesso rimodulati nell'uso, o ne inventa di nuovi. Il tutto accade in una modalità sovraumana, ovvero scevra del tempo e agente sull'intero pianeta in forme che non permettono di comprenderne appieno la portata di ognuna delle sue stimmate (in questa caratteristica, si manifesta la sua natura iperoggettiva).

La Rete, dunque, che ai suoi albori si era anch'essa abbigliata da utopia, ha assunto ben presto le sembianze di una foucaultiana eterotopia. Se le utopie definiscono relazioni con un altro non esistente che può essere il prolungamento o il rovesciamento della realtà, le eterotopie sono invece esistenti e reali con "la particolare caratteristica di essere connesse a tutti gli altri spazi, ma in modo tale da sospendere, neutralizzare o invertire l'insieme dei rapporti che essi stessi designano, riflettono o rispecchiano" (Foucault 310).³ D'altronde, nel 2015 Doc Searls e David Weinberger, a sedici anni dal *Cluetrain Manifesto* del 1999, dove già si denunciava l'appropriazione

³ In realtà, Foucault conia il concetto di eterotopia in relazione a quello di spazio, benché ne dia anche una connotazione di utopia realizzata che si oppone all'utopia tradizionale. Per chiarire questa differenza il filosofo francese ricorre all'esempio dell'effetto prodotto dall'immagine riflessa da uno specchio che riunisce in sé sia le caratteristiche dell'utopia che quelle dell'eterotopia: uno specchio che riflette l'immagine di un individuo è un'utopia poiché quell'individuo non è lì dove quell'immagine compare; allo stesso tempo però quell'immagine è anche una eterotopia in quanto lo specchio esiste realmente e sviluppa, nel luogo nel quale si trova, un effetto di ritorno (Foucault 310).



indebita di Internet da parte delle aziende,⁴ scrissero *New Clues*, in cui asservivano che il web pensato da Tim Berners Lee aveva subito sostanziali e negativi cambiamenti per aver ceduto alle lusinghe del profitto: "i potenti di oggi hanno a disposizione nuove armi insidiose per ottenere guadagni, come la possibilità di utilizzare enormi quantità di dati personali. Le applicazioni sono facili da usare, ma sono una tecnologia che a differenza del web controlla e divide, ideale per il produttore che vuole vendere dividendo e controllando" (Masera e Scorza 8).

L'idea che la Rete potesse essere accessibile a chiunque e in cui tutti potessero essere finalmente liberi e creativi si è scontrata con una realtà dove i monopoli finanziari, percepiscono le potenzialità lucrative, hanno imposto le proprie logiche di mercato. Pur essendo 'giovane' da un punto di vista storico, Internet nel giro di qualche lustro ha patito il sovvertimento del suo apparato dottrinario, degradando da sogno anarchico a mano visibile del capitale.⁵ Questo sovvertimento ha avuto esiti considerevoli per le sorti del mondo perché, intanto, la Rete è divenuta una componente indispensabile per lo sviluppo economico, sociale e culturale dei sistemi sia democratici sia autoritari, modificandoli, parafrasando Sergio Zavoli, "allo stesso modo in cui i caratteri di stampa, il telescopio, la dinamite, il cemento armato, il petrolio, l'atomo, il genoma hanno cambiato il volto e il destino dell'umanità" (Corradino).⁶

In una popolazione mondiale stimata attualmente in oltre sette miliardi di persone, almeno la metà (International Telecommunication Union 5), spesso tramite le cosiddette applicazioni, scaricano contenuti digitali, acquistano e vendono prodotti, consultano o realizzano pagine web, insegnano e apprendono conoscenze di qualsiasi tipo e di qualsiasi livello, comunicano e reperiscono informazioni via e-mail o mediante piattaforme social: si è pertanto affermata una sorta di nuova forma di relazione sociale in cui un ente esterno, al pari di un moderno leviatano, si ciba bulimicamente di informazioni, ripagando i suoi 'donatori', sempre più simili a uno *sciame* (Han 23), con la semplificazione di quelle pratiche e di quelle procedure che scandisco molte delle più comuni azioni quotidiane, e i cui beneficiari riescono sempre meno a privarsene. Questo processo ne attiene a uno di proporzioni molto più ampie, che induce una particolare "congiunzione" capace di agire a diversi livelli e sottintende quella *pro-vocazione* (*Herausfordern*), cioè quel disvelamento, vigente nella tecnica moderna, che "pretende dalla natura che essa fornisca energia che possa come tale essere estratta

⁴ Il *Cluetrain manifesto* è un documento scritto nel 1999 da Rick Levine, Christopher Locke, Doc Searls e David Weinberger apparso in Rete (<https://www.cluetrain.com/>) e poi pubblicato nel 2000 come libro cartaceo con il titolo *The Cluetrain manifesto: the end of business as usual* a sua volta tradotto, sempre come volume, in moltissimi Paesi (in Italia nel 2001). Riprendendo l'idea luterana delle novantacinque tesi, il *Cluetrain manifesto* denunciava lo *status-quo* di Internet egemonizzata dalle aziende per imporre le loro strategie commerciali: a chiosa di questa analisi gli autori del "Manifesto" incitavano a rivoltarsi contro quello che Internet era diventato.

⁵ Si fa riferimento alla celebre tesi di Alfred Chandler esposta nel suo capolavoro, vincitore del premio Pulitzer nel 1978, *La mano visibile. La rivoluzione manageriale nell'economia americana*. Per una efficace quanto brillante analisi-recensione di questo libro si rinvia a Toninelli 566-571.

⁶ Questa suggestiva frase di Zavoli, testé ricordata, era rivolta in realtà al servizio pubblico televisivo ma, a parere di chi scrive, ben si adatta anche all'impatto storico che la Rete ha avuto *nel e sul* mondo.



(*herausgefördert*) e accumulata" (Heidegger 11).⁷ Tale "congiunzione" realizza una peculiare forma di concatenazione tra corpi umani e macchine che produce un proprio disegno intrinseco e precise regole di comportamento e di funzionamento. Si genera così un automa cognitivo che "si costituisce ricavando pattern comportamentali dalla registrazione continua dell'esistente, individuando i punti di possibile cablatura nel flusso dei comportamenti e inserendo congegni dotati di intelligenza artificiale negli snodi", al cui interno, gli esseri viventi risultano essere sempre più integrati e, per molti aspetti, ingabbiati (Berardi 24-30).

La rete digitale, per esempio, si estende attraverso la sussunzione progressiva di un numero crescente di elementi all'interno di un formato, di uno standard e di un codice che rende compatibili elementi differenti. Grazie a questa riduzione, a partire dagli anni Novanta, quando la rete divenne uno spazio tecnico in espansione, è iniziata una transizione che conduce dalla predominanza sociale del modo congiuntivo alla predominanza sociale del modo connettivo nella sfera della comunicazione umana. Dal punto di vista antropologico, questo mutamento tecno-culturale è centrato sul passaggio dalla congiunzione alla connessione nei paradigmi di scambio tra organismi coscienti. Questo passaggio è stato reso possibile dall'inserzione di segmenti elettronici nel continuum organico, e dalla proliferazione di oggetti tecnici digitali nell'universo organico della comunicazione. (Berardi 9)

Questa trasformazione è molto più radicale di quelle avvenute in passato poiché non dipende dalle credenze delle persone bensì da una particolare tipologia di automazione affermatisi negli ultimi lustri. L'automazione è un processo che, in realtà, "è già in corso da quando il primo ominide ha adoperato un osso come clava o leva, potenziando la propria forza con un automa rudimentale" (Ferraris VI). Ciò che è cambiato in questo processo è la capacità di documentare e trasmettere conoscenze. Rispetto al passato, nell'era digitale le informazioni sono prima trascritte e poi trasmesse, lasciando moltissime 'tracce' della loro esistenza. Prende vita in altre parole un nuovo medium 'documediale' che impone un cambiamento della relazione tra chi produce e chi usufruisce del contenuto mediatico.

Definisco «documediale» la rivoluzione in corso perché si basa sulla intersezione tra ricerca della documentalità, la produzione di documenti in quanto elemento costitutivo della realtà sociale, e quella della medialità, che nel digitale non è più uno-a-molti bensì molti-a-molti. L'ambiente in cui si produce è il web. (Ferraris VI)

In un breve scritto del 2000, Steve Dietz sosteneva, non senza ironia, che ogni nuovo medium, pur non sapendolo, è destinato a *invecchiare*, superato e, in parte, assorbito dalla nascita di uno nuovo che all'inizio apparirà anch'esso rivoluzionario (Dietz). Ciò accade perché un medium si legittima colmando un vuoto o correggendo

⁷ Questo disvelamento è proprio solo della tecnica moderna, non di quella antica. Per esempio, "una determinata regione viene provocata a fornire all'attività estrattiva carbone e minerali. La terra si disvela come bacino carbonifero, il suolo come riserva di minerali. In modo diverso appare il terreno che un campo il contadino coltivava, quando coltivare volve ancora dire accudire e curare. L'opera del contadino non pro-voca la terra del campo. Nel seminare il grano essa affida le sementi alle forze di crescita della natura e veglia sul loro sviluppo" (Montani e Carboni 23).



gli errori al fine di realizzare quella “promessa non mantenuta del medium che lo ha preceduto” (Bolter e Grusin 89). Le evoluzioni tecnologiche rendono infatti labili i confini tra un medium e l’altro, al punto che un singolo medium non può mai operare in forma isolata ed è dunque costretto ad appropriarsi “di tecniche, forme e significati sociali di altri media, cercando di competere con loro o di rimodellarli in nome del reale” (Bolter e Grusin 93). Per questa ragione, secondo Bolter e Grusin, il contenuto dei media digitali è rintracciabile in tutti gli altri media: “I nuovi media ‘rimodellano’ i vecchi media, costruendo forme di ibridazione innovative e, allo stesso tempo, (...) i vecchi media ‘rimodellano’ continuamente se stessi per rispondere alle sfide delle nuove forme emergenti” (Bolter e Grusin 93). D’altro canto, nel momento in cui un nuovo medium si diffonde, introduce possibilità, modalità comunicative ed espressive che in precedenza non esistevano, costringendo i media esistenti a ripensare a se stessi e alle proprie funzione (Quaranta 14).

Lev Manovich, in *The Language of New Media*, definisce i *new media* il risultato dell’incontro tra i mass media e l’elaborazione dei dati fatta dai computer. Questo incontro ha modificato tanto l’identità dei mass media quanto quella del computer che da semplice calcolatore si è trasformato in un “processore dei media” (Manovich 44) capace di inglobare ogni tipo di cultura, sfruttando in tal modo in modo massivo tutte le potenzialità delle immagini.

i nuovi media sono tutti quei media che sfruttano o potenziano la riproducibilità digitale dell’immagine, che, cioè, fanno parte di una nuova epoca della memorizzazione. La digitalizzazione dà luogo a uno spazio di registrazione sempre più interconnesso, esteso e interattivo, quindi impossibile da racchiudere e da totalizzare. Uno spazio che si è fatto mondo (il web è innanzitutto un *world*) dal momento che un nuovo elemento può sempre aggiungersi, creando nodi e nuove interazioni. (Ariemma 3)

Le immagini all’interno dei nuovi media svolgono un ruolo nodale in quanto costituiscono lo strumento d’eccezione per imporsi nell’ambiente digitale. Quest’ultimo, oltre a essere una tecnologia innovativa, è soprattutto un mezzo capace di agire sulle prassi e sul modo di pensare dell’uomo:

la tecnologia digitale si esprime cioè come dispositivo di mediazione trasformativa che riguarda tanto i processi cognitivi (ovvero tutti i processi implicati nella conoscenza: percezione, immaginazione, memoria, tutte le forme di ragionamento), quanto l’azione (computer-mediated action) e la comunicazione, di modo che l’antropologia e la stessa natura umana ne sono profondamente modificate. (Ciraci 92)

L’eccezionale ricchezza di informazioni presenti in Rete, anziché sviluppare e migliorare il sapere dei *navigatori*, ha indotto un paradossale impoverimento culturale. Tale fenomeno è un effetto, neanche tanto collaterale, della struttura di funzionamento della Rete, per cui il ricercare dati al suo interno tende a disincentivare l’atto dell’imparare e a favorire la logica del ‘cercare risposte’, risposte soventemente non verificate che, essendo pensate per una platea molto ampia, sono poste in una forma semplificata. Ancora una volta è la semplificazione a innescare un modus operandi escheriano, per cui a risposte semplici seguono domande future ancora più semplici e



povere di contenuti, in un vortice continuo che ne abbassa la qualità a ogni passaggio. Se la semplicità ha rappresentato e può rappresentare uno degli elementi di affermazione di una nuova invenzione tecnologica (che, se è semplice nel suo uso, si afferma immediatamente, rendendo inutili, obsolete e ‘romantiche’ le tecnologie precedenti), oltre a rivelarsi in certi contesti un’efficace prospettiva metodologica, si pensi al celebre principio del *rasoio di Occam*; le forme di semplificazione della Rete, strumentalmente concesse, sembrano invece palesare intenti di subdolo indottrinamento e di coatta acquisizione di informazioni, finalizzati a interessi di parte.

La semplificazione digitale esige, in tal senso, un costo civile significativo, regolarmente *pagato* regalando o svendendo dati individuali. Si fa riferimento alle ben note tecniche di profilazione che, mediante l’identificazione e la raccolta dei dati riguardanti le abitudini caratteristiche e personali di ciascun individuo, permettono la stesura di dettagliati profili, i quali, tramite l’utilizzo di algoritmi sono poi utilizzati per fini commerciali.

Chi accede al web ha l’impressione di guardare la televisione, ma in realtà tra il guardare un video su un medium analogico e su uno digitale ha luogo una rivoluzione copernicana. Nel primo caso, siamo noi che guardiamo il video, passivamente, tanto è vero che prima o poi ci addormentiamo. Nel secondo, per così dire, è il video che guarda noi, tenendo traccia delle nostre abitudini e preferenze, dei commenti che facciamo, delle persone a cui inviamo il link, della frequenza con cui ci ritorniamo, e stimolandoci ad azioni, tanto è vero che non credo che nessuno si sia addormentato davanti al telefonino, a meno che lo usasse come televisore, ma anche in quel caso, diversamente dal televisore, il telefonino annotava impassibilmente l’ora, il giorno, l’illuminazione ambientale e tante altre cose. (Ferraris VII-VIII)

Non deve di conseguenza stupire se il matematico Clive Humby, con un malinteso quanto fortunato slogan, ha equiparato la ricchezza ricavabile dai dati con quella del petrolio.⁸ Questa enorme quantità di dati in continuo aumento e a cui si può avere

⁸ La celebre frase di Clive Humby, “i dati sono il nuovo petrolio” fu coniata nel 2006 (Palmer) e da allora ha avuto un sorprendente successo prima nel marketing e poi tra gli imprenditori, i leader finanziari e i policy maker. Nel maggio 2017, l’*Economist* dedicò un intero numero a questa frase, dichiarando che “gli smartphone e internet hanno moltiplicato i dati, li hanno resi ubiqi e ne hanno aumentato a dismisura il valore [...]. Raccogliendo sempre più dati, un’azienda espande la portata dei miglioramenti che può apportare ai prodotti, il che attrae un numero sempre maggiore di utenti che generano ancora più dati e così via” (*The world’s most valuable resource is no longer oil, but data*). Tuttavia, come sostiene James Bridle “pochissimi di questi discorsi hanno affrontato il tema di cosa significhi affidarsi nel lungo periodo e in modo così sistematico e globale a un materiale tanto velenoso [i dati], né si è fatto cenno ai metodi discutibili con cui questo viene estratto” (Bridle 274). In realtà, l’idea originaria di Humby era che i dati fossero simili al petrolio perché quest’ultimo senza dubbio “è prezioso, ma senza un processo di raffinazione non è di alcuna utilità. Deve essere trasformato in gas, plastica, prodotti chimici e così via per creare un’entità di valore che possa dare luogo ad attività redditizie; allo stesso modo, i dati devono essere scomposti e analizzati perché abbiano un valore” (Palmer). Con il passare degli anni, a causa dell’accresciuta potenza nell’elaborazione dei dati e dell’intelligenza automatizzata, quell’enfasi sul lavoro necessario a rendere utili le informazioni è andata persa, ed è stata rimpiazzata dalla pura speculazione: “in questo processo di semplificazione, a essere state dimenticate sono le ramificazioni storiche implicite nell’analogia di Humby, così come i loro pericoli attuali e le relative ripercussioni sul lungo periodo” (Bridle 274).



accesso spesso senza restrizioni è la ragione per la quale in Rete è possibile reperire un numero considerevole di informazioni su persone, cose o avvenimenti, rendendo vani i tentativi di garantire il diritto alla riservatezza inteso come diritto all'oblio.⁹

Nel 2012 la Febelfin, la Federazione belga per il settore finanziario, organizzò una campagna di sensibilizzazione con la collaborazione del giornalista Duval Guillaume. Nel centro di Bruxelles un sedicente chiaroveggente riusciva a indicare a chiunque si rivolgesse a lui dettagli sulla sua vita impossibili da conoscere per un perfetto sconosciuto. Alla fine di ogni sessione, il "medium" mostrava la fonte dei propri poteri: un computer e un hacker sufficientemente bravo nel reperire informazioni riservate – tra cui naturalmente, anche quelle di natura finanziaria – nel giro di pochi minuti. Il video, disponibile su YouTube, terminava con il messaggio "tutta la tua vita è online e può essere usata contro di te: sii vigile". (Annunziata)

Fino agli inizi degli anni Dieci del Secolo Ventunesimo, sussisteva ancora l'illusione di una possibile via di scampo da questa forma di schedatura dei profili individuali: si pensava che potesse bastare una disconnectione parziale o totale dalla Rete o, addirittura, per chi non avesse ancora avuto nessun tipo di esperienza, di non accedervi mai. Le possibilità di successo di tali espedienti – che, in realtà, già allora, apparivano esigue in quanto l'assenza o l'abbandono dalla Rete di una persona non ne impedivano il riversamento dei dati, compresi quelli di tipo personale, da parte di attori terzi (Noto La Diega 85-118; Lucchi 185-199; Morelli 140-143), sovente con procedure a limite della correttezza legale – si sono nullificate in modo definitivo con la repentina accelerazione, provocata dalla pandemia di COVID-19 del 2020, di quel processo di ibridazione tra la realtà fisica e quella digitale.

Il Coronavirus e il conseguente lockdown su scala globale hanno spazzato via la speranza di ritornare a un passato ormai perso per sempre. La pandemia sembra destinata a costituire un punto di non ritorno per cui, d'ora in avanti, la vita digitale sarà pienamente fusa con ogni altra componente che va a costituire la nostra esistenza e la nostra immagine nella società. Saremo sempre più riconoscibili, e pertanto valutati e trattati dagli altri, sulla base dei nostri comportamenti, delle nostre scelte, soprattutto sulla base delle informazioni che mettiamo a disposizione della rete. Veicolare informazioni personali sarà sempre meno un esercizio di liberalità, poiché queste verranno sia sempre più pretese a livello istituzionale, sia imposte dalla necessità di non trovarsi del tutto esclusi dai nuovi paradigmi sociali. Più avremo bisogno della rete per vivere, più il peso della nostra identità andrà a posizionarsi su ciò che di noi è presente in rete, e ogni singola azione, che sia nostra o che sia il frutto di una manipolazione indebita da parte di una persona terza, lascia una traccia incancellabile. (Annunziata)

⁹ Secondo la Sentenza n. 19681 del 22 luglio 2019 emessa dalle Sezioni Unite della Corte di Cassazione italiana, quando si parla di diritto all'oblio ci si riferisce in realtà ad almeno tre differenti situazioni: "quella di chi desidera non vedere nuovamente pubblicate notizie relative a vicende, in passato legittimamente diffuse, quando è trascorso un certo tempo tra la prima e la seconda pubblicazione; quella connessa all'uso di internet e alla reperibilità delle notizie nella rete, consistente nell'esigenza di collocare la pubblicazione, avvenuta legittimamente molti anni prima, nel contesto attuale (è il caso della sentenza n. 5525 del 2012); e quella, infine, trattata nella citata sentenza Google Spain della Corte di giustizia dell'Unione Europea, nella quale l'interessato fa valere il diritto alla cancellazione dei dati" (Sez. Unite Civile, Sentenza n. 19681 del 22/07/2019, udienza del 04/06/2019, Presidente Spirito Angelo Relatore Cirillo Francesco Maria, pp. 18-199).



La Rete si presenta attualmente come un contenitore in cui è possibile avere informazioni, non necessariamente vere, non necessariamente false, su chiunque e su qualunque conoscenza, avvenimento o teoria. D'altronde come asserisce Bauman, l'avvento del Word Wide Web ha di certo segnato il declino dei 'ministeri della Verità' di orwelliana memoria, ma non ha "spianato la strada ai messaggi inviati alla coscienza pubblica da chi per mestiere ricerca e comunica la 'verità dei fatti', anzi "ha semmai reso quella strada ancora più accidentata, tortuosa, infida e incerta" (Bauman 14). La questione si muove su un piano decisamente complesso poiché all'interno di questo orizzonte (la Rete) convivono sia informazioni vere sia informazioni false, quest'ultime però si palesano in modo ambiguo, "l'informazione falsa è spesso contenuta in un'argomentazione perlopiù vera, che funge da cavallo di Troia per eludere la sorveglianza critica della ragione, proprio come una matrioska il cui involucro esterno, perfettamente intatto e smaltato, nasconde invece una pupa di legno tarlato" (Ciracì 100). L'informazione mendace o cattiva non si trova in uno stato 'puro', non si tratta di falsità chiare e distinte, "non si tratta cioè di risolvere un'espressione formale secondo la logica booleana, poiché le singole proposizioni non sono sciolte e risolte, ma sussistono assieme, come grumi concettuali in cui il vero e il falso convivono, in un sistema granulare (Roncaglia 349-361) tipico dell'informazione in rete" (Ciracì 99). Se un'informazione fosse esplicitamente vera o falsa, nessun utente cadrebbe nella trappola delle fake-news per non trovarsi nel torto, ed è proprio per questo che la logica della verosimiglianza ha successo: "verosimile è ciò che ha apparenza di verità in ragione della sua possibilità. Tuttavia, il verosimile non possiede verità fattuale né necessità logica. Inoltre, la possibilità che rende qualcosa credibile è frutto di una costruzione culturale, ideologica, la quale a sua volta si basa su luoghi comuni e forme di persuasione mediale" (Ciracì 99).

Una forma di *resistenza all'autentico* che si afferma mediante una perniciosa tendenza, che Bauman definisce 'retrotopia' (10), ad avvalersi arbitrariamente del passato per trovare conferma dei propri convincimenti.

Cinquecento anni dopo che Tommaso Moro diede il nome di «Utopia» al millenario sogno umano di tornare in paradiso o di instaurare il Cielo sulla Terra, l'ennesima triade hegeliana formata da una doppia negazione si avvia a completare il proprio giro. A partire da Moro, le aspettative di felicità dell'uomo sono state sempre legate a un determinato *topos* (un luogo stabilito, una *polis*, una grande città, uno Stato sovrano, tutti retti da un sovrano saggio e benevolo): ma una volta sganciate e slegate da qualsiasi *topos*, individualizzate, privatizzate e personalizzate («subappaltate» ai singoli essere umani che le portano con sé come chiacciole la propria casetta), adesso tocca a loro essere negate da ciò che avevano coraggiosamente e quasi vittoriosamente cercato di negare. Dalla doppia negazione dell'utopia in stile Tommaso Moro (prima negata e poi risorta) affiorano oggi retropolie: visioni situate nel passato perduto/rubato/abbandonato ma non ancora morto – come la progenitrice due volte rimossa – legate al futuro non ancora nato, quindi inesistente. (Bauman 10)

La retrotopia, a ben vedere, è solo un'altra manifestazione della semplificazione che questa volta agisce idealizzando un passato, considerato come rassicurante, e spesso mediato da una revisione di comodo, per sopperire a una persistente incapacità di formulare proiezioni di un futuro a cui aspirare. La percezione degli avvenimenti è



come se perdesse il suo senso diacronico, ossia la capacità di storicizzare, di distinguere e separare tempi e contesti, a favore di un senso sincronico dove tutto, essendo allineato, diventa irresponsabilmente plasmabile. Si punta cioè a utilizzare il passato, elevato a luogo di assoluta perfezione, per porlo in antitesi a un presente avvertito come erroneo, ingiusto o sbagliato. Per appagare questa insoddisfazione, il passato viene perciò ‘ricomposto’ a seconda delle esigenze del singolo o della fazione che lo ‘racconta’. Attraverso uno schema elaborativo sempre uguale nella sostanza, gli eventi storici sono deprivati di ogni elemento che non sia conforme alla prospettiva che si intende sostenere; tale prospettiva è poi difesa come una verità che si oppone a una versione ufficiale, quest’ultima percepita come imposta ed espressione di ‘vincitori’, i quali, a loro volta, hanno voluto tenerla nascosta o hanno tentato di distruggerla per proteggere i propri interessi.

Questo genere di semplificazione, quando viene adottato su larga scala, non è interessato a ledere o a ridimensionare l’idea, già di per sé ambigua, di verità, quanto a essere strumento precipuo per attuare, nella sfera in cui opera, una gestione delle opzioni che si potrebbe dire totalitaria. E, in un sistema complesso (Vecoli 12) come la Rete, strutturata oramai sulla base di un rigido verticismo dominato da soggetti imprenditoriali di enormi estensioni, la scelta di puntare sulla semplificazione esprime una precisa volontà di tipo finanziario tesa a ottimizzare e migliorare i profitti. Sono proprio i guadagni, il disegno neanche troppo nascosto dei ‘programmi’ di semplificazione che, seppur declinati in molti e differenti modi, sono volti a rendere più fruibile un insieme organizzato, e spesso coordinato, di pratiche, conoscenze e servizi. Sotto questo aspetto, risulta emblematico il caso del paventato divario digitale (*digital divide*),¹⁰ che fin dalla fine degli anni Novanta fu denunciato come una nuova forma discriminazione tra le popolazioni ricche rispetto a quelle povere, dando avvio a una serie di strategie, tutt’ora in essere, per frenarne l’ascesa. Le aziende principali del settore, da Alphabet (Google) a Meta (Facebook), ad Apple, non a caso sviluppano da anni progetti per ridurre i costi e le difficoltà tecnologiche di accesso a Internet per incrementare il numero dei nuovi utenti. Se a un primo sguardo si può essere colpiti dalla nobiltà morale dell’intento, non occorre troppo tempo per capire che i disconnessi digitali rappresentino soprattutto dei nuovi clienti potenziali: rendere ‘connesse’ le popolazioni di continenti ancora ‘vergini’ o fasce di ipotizzabili beneficiari tecnologicamente poco istruiti o dotati, significa allargare i mercati e di conseguenza

¹⁰ Con ‘divario digitale’ (*digital divide*) si indica una fruizione non omogenea dei servizi telematici e tecnologici. Siccome la paternità di questo concetto non può essere individuata con precisione, la sua nascita è convenzionalmente fatta ricadere nel luglio del 1995 (Hoffman *et al.*) quando la U.S. National Telecommunications and Information Administration (NTIA), l’ente delle telecomunicazioni e dell’informazione del Dipartimento del Commercio degli Stati Uniti d’America, pubblica il primo dei sei Rapporti sulle disparità d’accesso alle telecomunicazioni (Mc Connaughey *et al.*). Il terzo di questi Rapporti, pubblicato nel 1999, è dedicato al divario digitale (Irving), benché il suo significato sia ancora inteso in termini piuttosto generali: saranno le associazioni di consumatori statunitensi impegnate a riequilibrare le disparità insite nel settore interno delle comunicazioni, sempre durante quegli anni, a connotare il significato di divario digitale nell’accezione attuale. La grande fortuna che ha rapidamente avuto questo concetto è testimoniata dal fatto che già nel 2000 Bill Clinton lo aveva utilizzato all’interno del discorso sullo Stato dell’Unione (Clinton).



aumentare i ricavi. In altre parole, progettare, per esempio, un nuovo modello di telefono, con il quale è possibile connettersi a Internet, che sia più semplice da adoperare e abbia un costo di acquisto più basso, permette non solo di venderne un numero di esemplari maggiore, ma di creare nuovi ‘internauti’ (o aumentarne significativamente il tempo trascorso in Rete) a cui poter vendere merci e servizi. Allo stesso modo, inventare un servizio, gratuito, di traduzione online, se da un lato abbatta le distanze linguistiche, migliora i rapporti e le relazioni tra le culture, dall’altro rende possibile a tutti coloro che posseggono un telefonino o un computer di poter comprendere un messaggio, anche commerciale, pensato e divulgato in un idioma a loro sconosciuto.

La semplificazione è così diventata una delle parole chiave dell’attuale *cultura animi*, contrastando o addirittura sostituendosi a quel principio di libertà che aveva sostenuto le ambizioni e i propositi dei primi internauti. D’altronde, è proprio il successo di questo tipo di semplificazione a scapito della libertà che sancirà la nascita dell’utopia dell’immagine e, in tempi brevi, la sua trasformazione (nel senso kafkiano di *Verwandlung*) in distopia, convertendo parimenti la Rete da dimensione ideale, in cui creare una nuova società libertaria ed egualitaria, a un mero tramite da occupare e conquistare. Questa conquista è appunto avvenuta a seguito di una progressiva tendenza alla semplificazione, incardinata in special modo su un innovativo impiego delle immagini, sfruttate per catturare e direzionare verso le proprie spirali di interesse l’attenzione di individui riplasmati in veste di utenti. Si capovolge in tal guisa un rapporto di forza che sembrava di fatto consolidato: se nei primi anni di vita della Rete, questa si serviva delle immagini per imporsi; nell’era della semplificazione sono le immagini che si servono della Rete per affermarsi. Un’affermazione quella delle immagini che può valersi delle eccezionali possibilità offerte dagli schermi che hanno acquisito, rispetto ai modelli originari degli anni Cinquanta, una nuova connotazione tecnico-simbolica (si pensi, a questo proposito, all’interfaccia input/output dello schermo di un qualunque telefonino di ultima generazione rispetto al comportamento “passivo” di uno schermo di un televisore a tubo catodico) e che avranno un ruolo di primo piano anche nelle dinamiche, peraltro già in essere, sia della realtà virtuale, sia della realtà aumentata (per esempio, con i visori per la realtà virtuale o i display head-up (HUD).¹¹

¹¹ Realtà virtuale e realtà aumentata possono considerarsi concetti adiacenti, il primo si riferisce a un universo ‘chiuso’ costruito su una piattaforma digitale, mentre il secondo fa riferimento a una struttura ‘aperta’ che sfrutta le potenzialità messe a disposizione dalle tecniche informatiche nel mondo reale per aumentare le capacità operative di un essere umano: giocare a un videogioco tramite una console è realtà virtuale, seguire le indicazioni per raggiungere una destinazione attraverso l’applicazione Google Maps in modalità *Live View* da uno smartphone è realtà aumentata. Se la realtà aumentata altera la percezione continua di un ambiente del mondo reale, la realtà virtuale sostituisce completamente l’ambiente del mondo reale dell’utente con uno simulato (Rosenberg, “Augmented Reality”). Nello specifico, la realtà aumentata può essere definita un sistema basato su tre caratteristiche: la combinazione dei mondi reali e virtuali, l’interazione in tempo reale e una accurata registrazione in tre dimensioni di oggetti virtuali e reali (Wu H.K. et al.). Queste caratteristiche permettono alla realtà aumentata di ibridarsi con il mondo fisico al punto che essa risulti percepita come un aspetto immersivo dell’ambiente reale (Rosenberg, *Virtual Fixtures*). Inoltre, nella realtà aumentata la cosiddetta “informazione sensoriale sovrapposta” può



Con l'onnipresenza degli schermi in ogni ambito del sociale, le immagini hanno conseguito un'autorità a se stante e prevalente, per cui, per esempio, non è più il panorama ritratto da una fotografia a essere il fine comunicativo del suo autore, ma è la fotografia stessa, ossia è l'immagine in quanto tale a esserlo.¹² Sulla base di questa vera e propria *traslitterazione divulgativa* si è vertebrata l'intera struttura dell'utopia distopica delle immagini che si è distinta per essere esponente di un fenomeno dai tratti *non locale* (Morton 43-56), ovvero di esistere in dimensioni spazio-temporali troppo grandi perché possa essere percepita in maniera diretta, e viscosa (Morton 57-78), per cui gli individui essendone completamente immersi non possono distanziarsi da essa e osservarla nella sua totalità. Questa struttura iperoggettiva si propone di trasporre qualsiasi forma e manifestazione di umanità in espressioni figurative che, non essendo più necessariamente rappresentanti del reale, possono e devono essere "perfette" e come tali porsi, esplicitamente o implicitamente, come modelli commerciali, ancor prima che vitali. Sicché l'immagine diventa merce prima ancora di essere realizzata, al punto che tra le valutazioni che ne precedono il concepimento, risultano prioritarie quella che ne garantiscono la capacità quantitativa di circolazione, cioè di essere vista, scaricata, usata: tutti obiettivi che, se raggiunti, ne rappresentano il successo proprio in quanto mercanzia e la rendono pertanto oggetto di contrattazione economica o di scambio. È importante sottolineare che, comunque, l'immagine-merce non è assolutamente una novità per l'umanità e la sua storia: di attuale, tale processo, ha solamente le tecnologie di cui si serve e gli obiettivi che lo sorreggono.

L'utopia distopica delle immagini ha in effetti il suo perno massmediale in un circuito capace di generare una sequela perpetua di messaggi, veicolati sempre più spesso mediante le immagini (fisse o in movimento), che, proiettati tramite il supporto dei 'nuovi schermi',¹³ vengono diffusi dalla Rete in modo potenzialmente capillare (annullando il fattore 'spazio') e istantaneo (annullando il fattore 'tempo'). Questo circuito ha determinato una rivoluzione sociale dai risvolti ancora non del tutto delineati, anche perché ancora in atto, caratterizzata da una ibridazione tra la realtà fisica e quella digitale.

Tale ibridazione, nata con la diffusione dei primi personal computer, ha avuto tre fasi di considerevole sviluppo: della prima, avutasi nel 1991 con l'avvento del World Wide Web, e della terza, corrispondente all'impatto della pandemia del 2020, si è fatto cenno in precedenza; la seconda, invece, che si può presumere sia quella che abbia influito maggiormente in questa ibridazione, si comprendia in una data spartiacque, vale a dire il 9 gennaio 2007 quando Steve Jobs al Moscone Center di San Francisco presentò al mondo il primo smartphone. Fino a quel momento online e offline – fisico e virtuale – sembravano poter essere ancora condizioni che si escludevano a vicenda. Prima degli smartphone, per *immergersi* nella Rete, era infatti necessario accedere a una postazione

essere costruttiva (cioè si aggiunge a quella dell'ambiente naturale) o distruttiva (cioè nasconde l'ambiente naturale) (Rosenberg, *Virtual Fixtures*).

¹² Benché sia evidente, si coglie comunque l'occasione di segnalare il debito nei riguardi di *Understanding Media: The Extensions of Man* (McLuhan) e del dibattito successivo che ha generato.

¹³ Si sceglie qui l'espressione 'nuovi schermi' per indicare quelli dei computer, dei telefonini o dei tablet, e distinguergli dagli schermi tradizionali dei televisori.



con un computer collocato in un luogo fisico e statico (su una scrivania di una abitazione, di un ufficio o di locali conosciuti come internet-café, web-café o internet-point), dalla quale collegarsi per eseguire un certo numero di attività online, terminate le quali l'esperienza digitale si concludeva e si ritornava alla realtà fisica. Con l'affermazione commerciale degli smartphone è diventato possibile per chiunque inviare e avere accesso a informazioni di qualsiasi tipo, in qualsiasi luogo coperto da una connessione internet, in tempo reale: "avendolo sempre in tasca [lo smartphone] e a portata di mano, il mondo online riduce drasticamente la sua distanza da quello offline" (Signorelli). In termini più generali, l'utilizzo capillare delle tecnologie digitale e l'elevato livello di prestazioni che queste hanno raggiunto rende sempre più difficile riuscire a distinguere fra off-line e on-line che sono oramai così intimamente 'intrecciati' che si può parlare di una nuova forma di esistenza, l'*onlife* (Floridi 21-23). A questo proposito Luciano Floridi ha coniato il concetto di 'infosfera', ossia un nuovo modo di esistere e coesistere all'interno di un ambiente costituito dall'insieme delle informazioni 'classiche' e di quelle fornite dalle più avanzate ICT (acronimo di "Information and Communications Technology", che in italiano può essere reso con "Tecnologie dell'Informazione e della Comunicazione") che comprende un'ampia gamma di sistemi che spaziano da internet alle varie applicazioni dell'intelligenza artificiale: "Stiamo lentamente accettando l'idea per cui non siamo agenti newtoniani isolati e unici, ma organismi informazionali, inforg, reciprocamente connessi e parte di un ambiente informazionale (infosfera), che condividiamo con altri agenti informazionali" (Floridi 106). Da un punto di vista storico, si può dire che dopo le rivoluzioni dettate da Copernico, Darwin e Freud se ne sia attestata una quarta¹⁴ nella quale le ICT hanno modificato il significato stesso della percezione umana della realtà (Floridi 44): una modifica che trasforma a sua volta la stessa realtà, dove diventa molto impegnativo capire chi (e quando) è causa e chi (e quando) è effetto di questo processo. David Chalmers si spinge addirittura a sostenere che se "la realtà contiene molti mondi e molte realtà", con "l'avvento dei mondi virtuali, abbiamo più realtà" ossia "un multiverso di realtà sia fisiche sia virtuali" (Chalmers 11). Questo vuol dire che, se "ci troviamo in una simulazione [virtuale], gli oggetti intorno a noi sono reali e non un'illusione" in quanto l'individuo in un mondo virtuale compie un'esperienza come tutte le altre, con sensazioni che producono effetti, per cui tutto ciò con cui entra in contatto nella virtualità non può considerarsi un'illusione, "le cose sono come sembrano (...) la maggior parte delle cose a cui crediamo nella simulazione è vero. Ci sono alberi veri,

¹⁴ Nello specifico, Floridi afferma che la prima rivoluzione, quella copernicana, ha smontato la concezione antropocentrica dell'universo; la seconda, figlia di Darwin, inserisce l'uomo nel processo di evoluzione caratterizzato dalla selezione naturale, riducendolo al pari di un animale; la terza è quella di Freud, e consiste nella perdita di integrità da parte del soggetto, diviso tra consciente e inconscio. La quarta rivoluzione nasce, invece, "a partire dal lavoro rivoluzionario di Turing" quando "l'informatica e le ICT hanno iniziato a esercitare un impatto sia estroverso sia introverso sulla nostra comprensione. E ci hanno dotato di conoscenze scientifiche senza precedenti sulla realtà naturale e artificiale, nonché della capacità di operare su tali realtà. [...] Al pari delle tre precedenti, la quarta rivoluzione ha rimosso l'erroneo convincimento della nostra unicità e ci ha offerto gli strumenti concettuali per ripensare la nostra comprensione di noi stessi" (Floridi 106).



macchine vere. New York, Sydney, Donald Trump e Beyoncé sono tutti reali" (Chalmers 9).

Con gli smartphone il concetto di "protesi tecnologica", già in discussione da alcuni decenni,¹⁵ compie un notevole salto di qualità poiché questi dispositivi permettono agli individui, più che recuperare una funzionalità organica perduta, di estendere e potenziare alcune delle loro facoltà, determinando una svolta radicale nei comportamenti umani. Il punto nevralgico in questa relazione simbiotica tra uomo e macchina è, ancora una volta, lo schermo che costituisce la 'porta' di collegamento tra la fisicità e la virtualità e permette uno scambio bidirezionale delle informazioni. Uno scambio che però, come detto, avviene con un ambiguo *do ut des* – dati in cambio di semplificazione – che spinge l'essere umano (e le sue abitudini) a uniformarsi ai requisiti richiesti per aderire a un dato modello di consumatore prefissato. Per meglio adempiere a questo scopo, le informazioni inviate e ricevute sono rese sempre più spesso come immagini, che possono così aspirare a recuperare quella condizione di subalternità a cui, per secoli, l'aveva costretta la parola scritta nella trasmissione della memoria storica. Se nei giornali cartacei di fine Novecento il numero degli articoli era dominante rispetto alle immagini pubblicate, nelle attuali home page dei quotidiani online le immagini e i video sono visivamente prevalenti. Seppur dalla notte dei tempi sono sempre state al centro delle dinamiche umane, le immagini, in questo inizio di Secolo Ventunesimo, con la promessa di elargire una semplificazione, sovente impoverente, sono impiegate, come si accennava, con modalità e finalità del tutto innovative, assumendo un potere strumentale e strumentalizzante molto più esteso rispetto al passato.

Queste 'protesi' tecnologiche (tra cui, oltre ai telefoni, si possono annoverare computer, tablet, visori, occhiali, financo orologi) sono state del resto concepite volutamente sulla base di schermi, poiché, in questa maniera può essere profittato il potenziale insito nelle immagini per ottenere, al pari di una docile, diretta e funzionale macchina ossidionale, una accurata e minuziosa gestione delle informazioni, rivolta all'ottenimento di una posizione di egemonia nei flussi commerciali. Le immagini che vengono diffuse – anche nella loro versione 'in movimento' (ossia i video, spesso di breve durata (questi ultimi conosciuti come *reel*) – non sono pensate per riprodurre forzatamente qualcosa di verosimile, ma hanno come scopo primario il soddisfare le specifiche esigenze di chi le commissiona; questo meccanismo si avvantaggia del fatto che esse, per essere comprese, non necessitano di un particolare grado di alfabetizzazione, per cui riescono a veicolare il loro messaggio in modo immediato e in un formato percepito come 'semplice'. Da un punto di vista strutturale, le immagini agiscono a un livello sistematicamente neutro (culturale, ideologico, finanziario): il loro obiettivo, pur potendolo essere, non è, per esempio, il controllo politico di una società, ma, appunto, una gestione delle informazioni che poi possono essere usate per

¹⁵ Il concetto di 'protesi tecnologica' è probabilmente già insito in quello più generale di medium formulato da McLuhan per il quale "le conseguenze individuali e sociali di ogni medium, cioè di ogni estensione di noi stessi, derivano dalle proporzioni introdotte nelle nostre questioni personali da ognuna di tali estensioni o da ogni nuova tecnologia" (McLuhan 15).



qualsiasi fine il committente richieda (nel caso, anche politico), collocandosi così nel punto più alto della piramide del potere umano.

I ‘nuovi schermi’, specie quelli degli smartphone, sono risultati una scelta vincente all’interno di questo processo, dando avvio, contestualmente, anche a una epocale trasformazione nelle modalità di trasmissione della cultura. In un passato non molto lontano il principale strumento per la circolazione delle idee era il libro, che permetteva di diffondere informazioni *in absentia* del soggetto che le aveva prodotte (distinguendosi dalla tradizione orale che invece era imprigionata proprio sul soggetto che le divulgava) anche se, come rovescio della medaglia, le legava in maniera imprescindibile a un supporto materiale. Con l’avvento dello schermo l’informazione si libera definitivamente da tutte quelle complicazioni prodotte dalle vecchie superfici deputate alla loro conservazione. Come ha sostenuto Carlo Formenti, “l’informazione che appare sullo schermo (...) è del tutto indipendente dalla propria localizzazione materiale. Gli stessi testi e le stesse immagini possono manifestarsi su qualsiasi schermo o se vogliamo, gli schermi sono intercambiabili rispetto alle informazioni che veicolano” (Formenti 29-30).

Araldo dell’ipermodernità, lo schermo dischiude dunque l’accesso a una nuova dimensione. Ma soprattutto lo rende seducente. Al punto che è difficile ignorare i continui inviti a entrare che essa ci rivolge: questa nuova versione dello specchio di Alice, infatti, promette di regalare l’accesso al paese delle meraviglie a chiunque accetti di attraversarlo. E il premio, per chi raccoglie la sfida, è più generoso di quello che Carroll accorda al suo personaggio: Alice può sbarazzarsi dei limiti della realtà solo in sogno, mentre noi, una volta entrati in questa inedita dimensione tra sogno e realtà possiamo sperimentare da svegli un mondo dove tutto sembra possibile dove i sogni prendono corpo. (Formenti 32)

Attraverso gli schermi le immagini sono ovunque e in qualunque momento di una qualunque giornata dell’anno. In altre parole, alla semplicità del messaggio insito nelle immagini, gli schermi aggiungono la loro onnipresenza

È una condizione che ciascuno di noi, lungi dal subire in modo meramente passivo, contribuisce attivamente ad alimentare: mai nella storia dell’umanità è stato possibile, come lo è invece oggi, produrre, manipolare, diffondere, archiviare (e anche distruggere) una quantità talmente imponente di immagini quale quella che ogni giorno viene prodotta da dispositivi alla portata di tutti come gli smartphones. E non solo produciamo una infinita quantità di immagini che indirizziamo a un qualche fruitore (che possiamo conoscere personalmente, o che si confonde nell’anonimato della Rete); realizziamo anche un’infinita quantità di immagini sulle quali nessun occhio mai si aprirà: pensiamo alle innumerevoli registrazioni delle videocamere di sorveglianza, che ci controllano in ogni recesso della nostra esistenza. (Pinotti 184)

L’individuo, essendo l’artefice di tutto ciò, dovrebbe essere nella migliore condizione per comprendere che cosa sia un’immagine. Ma questa prossimità alle immagini:

questo nostro essere immersi in esse, (...) fa sì che ci troviamo, per certi versi paradossalmente, in difficoltà nell’elaborare una consapevolezza critica riguardo a un oggetto che, proprio



perché troppo vicino, si fatica a mettere a fuoco. Intendo qui ‘critica’ non tanto nel senso di un giudizio negativo di valore, quanto piuttosto nel senso originariamente kantiano di indagine sulle possibilità e sui limiti dell’esperienza iconica. (Pinotti 184)

Gli schermi, inoltre, decisivi tanto nella produzione, quanto nella distribuzione bulimica delle immagini, costituiscono, probabilmente, anche il primo elemento di contatto per indurre possibili forme di una inedita dipendenza psichica¹⁶ nei confronti della tecnologia. Una dipendenza che, pur non essendo riconosciuta ufficialmente come disturbo di salute mentale, è attestata da un numero crescente di studi, secondo i quali essa si manifesta da un lato con il significativo aumento del tempo trascorso dagli essere umani davanti agli schermi negli ultimi anni,¹⁷ e dall’altro con la comparsa e il perdurare, a seguito di tale esposizione, di una serie di risposte dell’organismo con ricadute patologiche quali stati di stress, ansia, stanchezza, irritabilità, tendenza all’obesità, disturbi del sonno, incapacità a esprimere emozioni e a comunicare efficacemente,¹⁸ oltre ad atteggiamenti, anch’essi dannosi, come per esempio il

¹⁶ La dipendenza di tipo psichico è connessa al circuito della gratificazione, ossia a un circuito neuronale che agisce sulla corteccia prefrontale. Da un punto di vista chimico, tale processo prende avvio dal pavimento del quarto ventricolo che proietta sul *nucleus accumbens* terminazioni dopaminergiche, le quali sfioccano su una struttura con terminazioni noradrenergiche. La sensazione di piacere si ha tramite la stimolazione della corteccia prefrontale dove arriva più noradrenalina grazie all’attivazione dei neuroni dopaminergici del *nucleus accumbens*. Maggiore sarà il tono dopaminergico, maggiore sarà il tono noradrenergico e maggiore sarà la sensazione di piacere provata. Tuttavia, nelle fasi di *up-regulation* avviene che stimoli identici non diano più la stessa sensazione di piacere, generando la condizione di dipendenza di tipo psichico. Questa forma di dipendenza è legata al calo del tono dopaminergico nel circuito della gratificazione che causa, a sua volta, un calo del tono noradrenergico a livello della corteccia prefrontale. Ciò avviene poiché sulle vie dopaminergiche del *nucleus accumbens* sfioccano delle vie gabaergiche che determinano iperpolarizzazione. La via gabaergica controlla, infatti, il tono dopaminergico ed esprime sul piede presinaptico recettori delle encefaline, motivo per cui l’attivazione del recettore encefalinergico determina una riduzione della liberazione di GABA e un incremento del tono dopaminergico. Pertanto, la gratificazione è il risultato di un equilibrio del tono gabaergico e di quello encefalinergico che indirettamente regolano il tono dopaminergico. Quando un individuo per esempio assume la Morfina, l’organismo libera meno GABA e aumenta la quantità di dopamina; in funzione di ciò, si ha una maggiore sensazione di piacere. Al contrario, sospendendo la Morfina, e in regime di liberazione di encefaline determinate dalla morfina stessa, il GABA viene liberato in grosse quantità, sviluppando un bassissimo tono dopaminergico che produce una forte sensazione di insoddisfazione. Tale sensazione di insoddisfazione può essere temporaneamente annullata somministrando nuova Morfina (Aiardo Esposito *et al.*).

¹⁷ Secondo una ricerca del Center for Creative Leadership, chi utilizza lo smartphone anche come strumento professionale rimane in qualche modo connesso al suo lavoro per oltre tredici ore al giorno, ossia il tempo medio di veglia di un essere umano (Deal). In uno studio del 2019 sono stati invece confrontati i tempi di esposizione agli schermi di bambini nella fascia di età tra gli zero e i due anni tra una coorte del 1997 e una del 2014. Lo studio ha concluso che nel 1997, il tempo giornaliero davanti allo schermo era in media di 1,32 ore, mentre 2014 era di fatto raddoppiato, raggiungendo le 3,05 ore al giorno (Chen W. *et al.*).

¹⁸ Questi effetti si verificano in forme più evidenti, e gravi, soprattutto nei bambini e negli adolescenti al punto che l’American Academy of Pediatrics ha fissato delle linee guide per contrastare il fenomeno della iper-digitalizzazione in queste fasce d’età (American Academy of Pediatrics). Su questo problema ha preso posizione anche l’Oms per il quale il tempo trascorso davanti allo schermo può danneggiare i bambini, stabilendo una serie di correlazioni tra l’uso degli schermi e obesità, problemi di



*phubbing*¹⁹ o lo *scrolling* compulsivo.²⁰ Questa dipendenza concorre a rafforzare quei meccanismi di fidelizzazione dell'utente allo strumento e, di fatto, a quella dimensione di mercato permanente in cui ogni soggetto è collocato, sempre meno volontariamente, come consumatore.

A valle di questa breve analisi, l'utopia distopica dell'immagine può pertanto dirsi costituita da tre "causali convergenti" (Gadda 16), ossia, come si è visto, le immagini, gli schermi che le proiettano e la Rete Internet che le diffondono; questa complessa architettura è mossa dal perseguitamento della gestione dei dati che sono diventati la materia prima per eccellenza – il 'nuovo petrolio' appunto –, la vera fonte di ricchezza a cui tendere e sul cui reperimento investire ingenti risorse umane ed economiche.

La gestione dei dati ha richiesto il compiersi di un ulteriore, strategico passo, vale a dire il trasformare l'atto stesso del consumare da 'strumento' per acquisire una presunta appartenenza a una classe socioeconomica più elevata, a 'modello' per condizionare le scelte di un determinato pubblico. Nella seconda metà del Novecento, il consumare era diventato un modo per poter affermare l'identità individuale, un'identità che aveva annullato le culture precedenti, da quella borghese a quella popolare, imponendo un unico modello di valori a cui tutti, ricchi e poveri, intellettuali e analfabeti, servi e padroni, in modi e forme diverse, aderivano omologandosi. Nei processi attualmente vigenti, invece, il consumare ha acquisito una dimensione

sviluppo motorio e cognitivo e di salute psico-sociale (World Health Organization). È interessante notare che fino agli inizi degli anni Dieci del nuovo Millennio il digital divide determinava, ancora, una evidente distinzione in termini di utilizzo di tecnologia e di accesso al web tra gli adolescenti delle famiglie agiate, che avevano la possibilità di collegarsi a Internet, dai coetanei privi di un adeguato accesso alla Rete. Tuttavia, già nel 2015 i dati raffiguravano una realtà molto diversa e quasi ribaltata rispetto al lustro precedente: se nel 2011 solo il 23% degli adolescenti statunitensi possedeva uno smartphone, nel 2015 la percentuale era del 95% e di questi si stimava che gli adolescenti di famiglie a basso reddito trascorrevano in media 8 ore e 7 minuti al giorno davanti a uno schermo per intrattenimento, mentre i coetanei con reddito più elevato si fermavano a 5 ore e 42 minuti (Common Sense). Si rinvia comunque alla seguente selezioni di lavori, che, tutt'altro che esaustiva, permette comunque, considerandone anche le bibliografie alle quali a loro volta rimandano, di avere una panoramica sul tema: Panova e Carbonell.; Choi *et al.*; Chen *et al.*

¹⁹ Il *phubbing* è l'azione di trascurare il proprio interlocutore fisico per consultare spesso, in modo più o meno compulsivo, il cellulare o un altro dispositivo interattivo. Il danno che può arrecare questa pratica pare sia più elevato quando essa avviene per lo svolgimento di attività ludiche o di divertimento poiché non permette al cervello di alleviare quella pressione derivante dalle necessarie attività di responsabilità del quotidiano (alimentarsi, lavorare, cura della prole, eccetera) e che, invece, proprio quelle ludiche dovrebbero compensare. Su questo tema e sui danni sia sulla socialità sia sulla salute umana, si rinvia a Ivanova *et al.*; Schivinski *et al.*; Davey *et al.*; Blanca *et al.*; Karadağ *et al.*; Bener *et al.*

²⁰ Lo *scrolling*, in italiano 'scorrimento' è il movimento prodotto, essenzialmente con le dita, in senso orizzontale o verticale di un testo o di un'immagine sullo schermo di un monitor in modo che questi scompaiano in un lato dello schermo e nuovi dati appaiano dal lato opposto. Lo scrolling, divenuta pratica comune per tutti coloro che utilizzano telefonini, computer e tablet, può tuttavia generare atteggiamenti patologici quali lo *scrolling* compulsivo (ossia uno scorrimento ossessivo dei contenuti online) e il *doomscrolling* (ossia uno scorrimento ossessivo di contenuti online alla ricerca di cattive notizie). Allo *scrolling* compulsivo, spesso, si associa la dipendenza da video e da reel. Sullo *scrolling* si rinvia a Marek; Tran *et al.*; Holmgren e Coyne; sul *doomscrolling* a Taskin *et al.*; Satici *et al.*; Salisbury *et al.*; infine, sulla dipendenza da video e *reel* connessi allo *scrolling* a Yang *et al.*



esistenziale ulteriore che spinge l'individuo-consumatore a passare dall'altra parte dello schermo, ossia farsi a sua volta immagine, chiudendo un ideale percorso uroborico. A tal riguardo, sono indicative le strategie messe in atto di chi oggi voglia acquisire una certa notorietà in un qualsiasi campo. Rispetto al divismo cinematografico e televisivo del secondo dopo guerra, dove la ricerca della fama era finalizzata alla sola notorietà che essa garantiva, l'attuale affermazione pubblica di un possibile personaggio, qualunque sia il settore di provenienza o di aspirazione, ha infatti come traguardo il farsi immagine, marchio di se stesso, diventare egli stesso prodotto da vendersi per vendere altri prodotti. Per cui, lo sportivo, il musicista, l'artista o il politico nel loro essere personaggi pubblici hanno abbandonato quelle strutture che li hanno visti nascere o li rappresentavano o avrebbero potuto farlo (squadre, etichette, correnti, partiti) – e nei confronti delle quali sono sovente in competizione reale o 'culturale' – e si sono resi autonomi, capaci di influenzare i comportamenti e le scelte dei consumatori.

Questo voler diventare prodotto capace di influenzare altre persone (*influencer*) si è proiettato sull'uomo comune che – spinto dal meccanismo di funzionamento delle piattaforme di reti sociali virtuali (social network) che ripropongono il medesimo schema di esposizione individuale/acquisizione del consenso/capacità di influenzare, in una scala progressiva che però solo in pochi riescono a percorrere fino in fondo – tende a considerare relativamente semplice l'accesso a questo ambito status per l'apparente mancanza di quegli ostacoli che invece sono presenti per i ruoli di prestigio tradizionali.

Tali dinamiche al di là dei successi e degli insuccessi che producono, sia a livello individuale che sociale, rappresentano lo sforzo visibile e concreto dell'utopia dell'immagine di realizzarsi. Una realizzazione esposta a enormi contraddizioni che, benché funzionali alla sopravvivenza della struttura portante, fomenta disuguaglianze sociali, economiche e culturali, mettendo a nudo uno dei punti deboli di questa, come delle altre utopie, ovvero il tradimento dell'idea di perfezione iniziale nel momento in cui essa viene trasposta sul piano pratico. Nello specifico le immagini, uno degli strumenti storicamente adoperati dall'uomo per estrarre la propria libertà, sono state utilizzate per indebolire i contenuti dei processi socioculturali, realizzando, attraverso una semplificazione capillare, ma non casuale, un pernicioso sistema fondato su di esse.

L'estrema pervasività del mercato, infatti, ha fagocitato completamente la sfera culturale, la quale ha subito, per paradosso, una iper-esposizione, al punto che tutto diventa 'cultura' o 'culturale', con le immagini a bandirne ogni manifestazione, confermando così il ribaltamento del loro ruolo semantico. Fredric Jameson nelle sue riflessioni sul tardo capitalismo sottolinea come la conseguenza più grave di questa situazione sia l'abolizione della distanza critica, vale a dire l'assenza di profondità (Jameson, *Postmodernism* 62). In altre parole, la superficialità viene elevata a forma d'uso principale per comunicare pensieri, divulgare informazioni, esprimere sentimenti, ma soprattutto per diffondere e tramandare conoscenze. "Oggi nei paesi capitalisti avanzati assistiamo a un campo di eterogeneità stilistica e discorsiva privo di norme", in cui "padroni senza volto continuano a influenzare le strategie economiche che limitano la nostra esistenza, ma non necessitano più di imporre il loro linguaggio (o non sono più in grado di farlo)" (Jameson, *Postmodernism* 65) poiché "la post-alfabetizzazione del



mondo tardo capitalista riflette non solo l'assenza di un grande progetto collettivo ma anche l'inaccessibilità alle sue forme di espressione più antiche" (65). L'assenza di un 'grande progetto' è colmata dalla logica del profitto che in questo frangente storico sembra non avere interlocutori che vogliono o siano capaci di opporsi.

Non a caso James Bridle descrive questi anni come quelli di una 'Nuova Era Oscura', dalla quale però non bisogna lasciarsi sottomettere, anzi, diventa cruciale opporre un lucido atto di potenza volto non a disconoscere le tecnologie esistenti ma a servirsene in modo responsabile e creativo. Appaiono dunque ancora molto attuali le parole che Mazzino Montinari scriveva nella nota introduttiva alla *Genealogia della morale* di Nietzsche. Montinari chiosava sostenendo che "nelle istituzioni esistenti, sostenute da immani forze di produzione e di distruzione, viene assimilata e mercificata ogni e qualsiasi protesta, (...) ogni tentativo di lasciare la 'nave dei folli'", per cui, "se il metodo di Nietzsche può ancora aiutarci", e secondo chi scrive può sicuramente farlo, "allora l'unica forza che ci è rimasta è quella della cultura, della ragione" (Nietzsche, XIX-XX), ossia una forza che possa ancora affermarsi quale atto creativo, espressione irripetibile della sua singolarità.



Fig. 1. Mural de la Facultad de Comunicaciones (Universidad de Antioquia, Colombia). Foto di Altaír, 25 novembre 2007.

BIBLIOGRAFIA

Aiardo Esposito Francesca, et al. *Chimica Farmaceutica: Farmaci Sistemici*. FedOA Press, 2017.

American Academy of Pediatrics. *Digital Media and Your Children and Teens: TV, Computers, Smartphones, and Other Screens*, 2016.



<https://www.healthychildren.org/English/family-life/Media/Pages/Adverse-Effects-of-Television-Commercials.aspx>. Consultato il 01 gen. 2024.

Annunziata, Mirko. "Naufraghi digitali, la distopia della nostra identità in rete." *Atlante*, Istituto della Enciclopedia Italiana, 17 maggio 2020. https://www.treccani.it/magazine/atlante/societa/Naufraghi_digitali.html. Consultato il 01 gen. 2024.

Ariemma, Tommaso. *Dark Media: cultura visuale e nuovi media*. Meltemi editore, 2022.

Baudrillard, Jean. "Utopia delle immagini, atopie del reale." *Kasparhauser. Rivista di cultura filosofica*, XIV Quel che resta dell'utopia, a cura di Giuseppe Crivella, 2016. <http://www.kasparhauser.net/periodici/14%20utopia/09-Baudrillard.html>. Consultato il 01 gen. 2024.

Bauman, Zygmunt. *Retrotopia*. Trad. it. di Marco Cupellaro. Laterza, 2017.

Bener, Abdulbari, et al. "Obesity and low vision as a result of excessive Internet use and television viewing." *International journal of food sciences and nutrition*, vol. 62, no. 1, 2011, pp. 60-62.

Berardi, Franco. *E: la congiunzione*. Nero, 2021.

Blanca, María, e Rebecca Bendayan. "Spanish version of the Phubbing Scale: Internet addiction, Facebook intrusion, and fear of missing out as correlates." *Psicothema*, vol. 30, no. 4, 2018, pp. 449-454.

Bolter, Jay David, e Richard Grusin. *Remediation: competizione e integrazione tra media vecchi e nuovi*. Trad. it. Benedetta Gennaro. Guerini e Associati, 2002.

Bridle, James. *Nuova era Oscura*. Trad. it. a cura di Fabio Viola. NERO, 2019.

Campanella, Tommaso. *La città del sole*. Feltrinelli, 2014.

Catalfamo, Gianluca. "Borne" di Jeff VanderMeer: umano, troppo inumano." *ilLibraio.it*, 1 marzo 2018. <https://www.illibraio.it/news/dautore/borne-jeff-vandermeer-736546/>. Consultato il 01 gen. 2024.

Cazzullo, Aldo. "Ultimo: 'Non conosco coetanei che votino o vadano in chiesa. Essere giovani è tremendo'." *Corriere della Sera*, 19 maggio 2024. https://www.corriere.it/cronache/24_maggio_19/ultimo-intervista2-67bcfbfc-ea4a-4d98-b4ca-8a407c261xlk.shtml. Consultato il 01 gen. 2024.

Chalmers, David. *Più realtà. I mondi virtuali e i problemi della filosofia*. Raffaele Cortina Editore, 2023.

Chandler Jr., Alfred DuPont. *CONTROLLARE NOME AUTORE. La mano visibile. La rivoluzione manageriale nell'economia americana*. Franco Angeli, 1992.

Chen, Baifeng, et al. "Gender differences in factors associated with smartphone addiction: a cross-sectional study among medical college students." *BMC Psychiatry*, vol. 17, no. 1, 341, 2017, pp. 1-9. <https://bmcpychiatry.biomedcentral.com/articles/10.1186/s12888-017-1503-z>. Consultato il 01 gen. 2024.

Chen, Weiwei, e Jessica Adler. "Assessment of Screen Exposure in Young Children, 1997 to 2014." *JAMA pediatrics*, vol. 173, no. 4, 2019, pp. 391-393.



Choi, Sam-Wook, et al. "Comparison of risk and protective factors associated with smartphone addiction and Internet addiction." *Journal of behavioral addictions*, vol. 4, no. 4, 2015, pp. 308-14.

Ciracì, Fabio. *Per una teoria critica del digitale: fake-news e postverità alla luce della logica della verosimiglianza*. In Fedriga Riccardo, Ciracì Fabio, Marras Cristina (curatori), *Quaderni di 'Filosofia' - Filosofia digitale*, vol. 2, 2021, pp. 87-112.

Clinton, William Jefferson. *State of the Union Address*, 2000 <https://www.presidency.ucsb.edu/documents/address-before-joint-session-the-congress-the-state-the-union-7>. Consultato il 01 gen. 2024.

Common Sense. *Media use by tweens and teens*, 2015. https://www.commonsensemedia.org/sites/default/files/research/report/census_researchreport.pdf. Consultato il 01 gen. 2024.

Corradino, Stefano. "Il servizio pubblico tra vecchie e nuove sfide. Intervista a Sergio Zavoli." *Radiocorriere TV*, 19 gennaio 2014.

Davey, Sanjeev, et al. "Predictors and consequences of "Phubbing" among adolescents and youth in India: An impact evaluation study." *Journal of family & community medicine*, vol. 25, no. 1, 2018, pp. 35-42.

Deal, Jennifer J. *Always On, Never Done? Don't Blame the Smartphone*. Center for Creative Leadership, 2015, <https://cclinnovation.org/wp-content/uploads/2020/02/alwayson.pdf>. Consultato il 01 gen. 2024.

Dick, Philip Kindred. *Se vi pare che questo mondo sia brutto*. Trad. it. a cura di Gianni Pannofino. Feltrinelli, 1999.

Dietz, Steve. *Curating media*, agosto 2000, in "Yproductions" (http://yproductions.com/writing/archives/curating_new_media.html). Consultato il 01 gen. 2024.

Ferraris, Maurizio. *Documanità: Filosofia del mondo nuovo*. Laterza, 2021.

Floridi, Luciano. *La quarta rivoluzione: Come l'infosfera sta trasformando il mondo*. Raffaele Cortina Editore, 2017.

Formenti, Carlo. *Incantati dalla Rete*. Raffaele Cortina, 2000.

Foucault, Michel. "Eterotopie." *Archivio Foucault. Interventi, colloqui, interviste. 1978-1985 Estetica dell'esistenza, etica, politica*. Vol. 3. Trad. it. a cura di Alessandro Pandolfi. Feltrinelli, 1998, pp. 307-316.

Gadda, Carlo Emilio. *Quer pasticciaccio brutto da Via Merulana*. Garzanti, 1999.

Giacometti, Alessio. "Il mondo digitale non è sostenibile." *Il Tascabile*, Istituto della Enciclopedia Italiana, 13 aprile 2021. <https://www.iltascabile.com/scienze/sostenibilità-digitale/>. Consultato il 01 gen. 2024.

Han, Byung-Chul. *Nello sciame - Visioni del digitale*. Nottetempo, 2015.

Heidegger, Martin. *La questione della tecnica*. In *Saggi e Discorsi*, trad. it. a cura di Gianni Vattimo. Mursia, 1991.

Hoffman, Donna L., et al. "The Evolution of the Digital Divide: How Gaps in Internet Access May Impact Electronic Commerce." *Journal of Computer-Mediated Communication*, vol. 5, no. 3, 2000, JCMC534.



Holmgren, Hailey G. e Sarah Coyne. "Can't stop scrolling!: pathological use of social networking sites in emerging adulthood." *Addiction Research & Theory*, vol. 25, no. 5, 2017: pp. 375-382.

International Telecommunication Union. *Measuring digital development*. Ginevra, 2021. <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/facts/FactsFigures2021.pdf>. Consultato il 01 gen. 2024.

Irving, Larry. *Falling Through the Net: Defining the Digital Divide*, 1999. <https://ntia.gov/report/1999/falling-through-net-defining-digital-divide>.

Ivanova Ana, et al. "Mobile Phone Addiction, Phubbing, and Depression Among Men and Women: A Moderated Mediation Analysis." *The Psychiatric quarterly*, vol. 91, no. 3, 2020, pp. 655-668.

Jameson, Fredric. *Postmodernism, or The Cultural Logic of Late Capitalism*. Duke University Press, 1992.

---. *Il desiderio chiamato utopia*. Trad. it. a cura di Giancarlo Carlotti. Feltrinelli, 2007.

Karadağ, Engin, et al. "Determinants of phubbing, which is the sum of many virtual addictions: a structural equation model." *Journal of behavioral addictions*, vol. 4, no., 2015, pp. 60-74.

Lanzillo, Maria Laura. "Alla ricerca dell'utopia?." *Governare La Paura. Journal of Interdisciplinary Studies*, vol. 9, no. 1, 2016, pp. 361-382.

Levine, Rick, Christopher Locke e Doc Searls. Weinberger David. *Cluetrain Manifesto. The end of business as usual*. Trad. it. a cura di Antonio Tombolini. Fazi, 2001.

Lucchi, Nicola. *I contenuti digitali: tecnologie, diritti e libertà*. Springer, 2010.

Manovich, Lev. *The Language of New Media*. The MIT Press, 2001.

Marek, Jakub. "The impatient gaze: on the phenomenon of scrolling in the age of boredom." *Semiotica*, vol. 254, 2023, pp. 107-135.

Masera, Anna, e Guido Scorsa. *Internet, i nostri diritti*. Laterza, 2016.

Mc Connaughey, Jim, et al. *Falling Through the Net: A Survey of the "Have Nots" in Rural and Urban America*, 1995. <https://www.ntia.gov/legacy/ntiahome/fallingthru.html>. Consultato il 01 gen. 2024.

McLuhan, Marshall. *Gli strumenti del comunicare*. Trad. it. a cura di Ettore Capriolo. Il saggiautore, 2015.

Montani Pietro, e Massimo Carboni, a cura di. *Lo stato dell'arte: L'esperienza estetica nell'era della tecnica*. Laterza, 2005.

Morelli, Marcello. *La comunicazione in rete: sicurezza, privacy, copyright in Internet*. Franco Angeli, 1999.

Morton, Timothy. *Iperoggetti. filosofia ed ecologia dopo la fine del mondo*. Trad. it. a cura di Vincenzo Santarcangelo. Nero Edizioni, 2018.

Nietzsche, Friedrich. *Genealogia della morale. Uno scritto polemico*. Trad. it. a cura di Ferruccio Masini. Adelphi, 1984.

Noto La Diega, Guido. *Internet of Things and the Law: Legal Strategies for Consumer-Centric Smart Technologies*. Routledge, 2022.

Palmer, Michael. *Data is new oil*. Ana.blogs.com, 3 novembre 2006. https://ana.blogs.com/maestros/2006/11/data_is_the_new.html. Consultato il 01 gen. 2024.



Panova, Tayana, e Xavier Carbonell. "Is smartphone addiction really an addiction?" *Journal of behavioral addictions*, vol. 7, no. 2, 2018, pp. 252-259.

Platone. *La Repubblica*. Trad. it. a cura di Franco Sartori. Laterza, 2019.

Pinotti, Andrea. "Immersi nelle immagini. Idee per un lemmario visuale contemporaneo." *Immagini come alfabeto. La dimensione pedagogica della fotografia*, a cura di Diletta Zannelli, et al, Atti del I convegno sull'educazione all'immagine, Museo di Fotografia Contemporanea, Silvana Editoriale, 2021, pp. 184-195.

Pitron, Guillaume. *Inferno digitale*. Trad. it. a cura di Ondina Chirizzi. Luiss University Press, 2022.

Quaranta, Domenico. *Media, new media, postmedia*. Postmedia Books, 2020.

Rajeshwari Sridhar, e Sivakaminathan Meenakshi. "The age of doom scrolling - Social media's attractive addiction." *J Educ Health Promot.*, vol. 12, no. 1, 2023, pp. 1-6.

Roncaglia, Gino. "Tra granularità e complessità: contenuti digitali e storia della rete." *Nuovi Annali della Scuola Speciale per Archivisti e Bibliotecari*, vol. 31, 2017, pp. 349-361.

Rosenberg, Louis. *The Use of Virtual Fixtures as Perceptual Overlays to Enhance Operator Performance in Remote Environments*, 1992, in <https://web.archive.org/web/20190710211519/https://apps.dtic.mil/dtic/tr/fulltext/u2/a292450.pdf>. Consultato il 01 gen. 2024.

---. "Augmented Reality: Reflections at Thirty Years." *Proceedings of the Future Technologies Conference (FTC) 2021*, Vol. 1, Springer, 2022, p. 1-11.

Salisbury, Laura. "On not being able to read: doomscrolling and anxiety in pandemic times." *Textual Pract.*, vol. 37, no. 6, 2023, pp. 887-918.

Satici Seydi, Ahmet, et al. "Doomscrolling Scale: its Association with Personality Traits, Psychological Distress, Social Media Use, and Wellbeing." *Appl Res Qual Life*, vol. 18, no. 2, 2023, pp. 833-847.

Signorelli, Andrea. "La definitiva fusione tra mondo fisico e mondo digitale." *Il Tascabile*, Istituto della Enciclopedia Italiana, 13 febbraio 2023. <https://www.iltascabile.com/scienze/mondo-fisico-digitale-smartglass/>. Consultato il 01 gen. 2024.

Schivinski, Bruno, et al. "Exploring the Role of Social Media Use Motives, Psychological Well-Being, Self-Esteem, and Affect in Problematic Social Media Use." *Frontiers in psychology*, vol. 16, no. 11, 617140, 2020, pp. 1-10.

S.n. "The world's most valuable resource is no longer oil, but data." *Economist*, 6 maggio 2017. <https://www.economist.com/leaders/2017/05/06/the-worlds-most-valuable-resource-is-no-longer-oil-but-data>. Consultato il 01 gen. 2024.

Taskin, Sumeyye, et al. "Doomscrolling and mental well-being in social media users: A serial mediation through mindfulness and secondary traumatic stress." *J Community Psychol*, vol. 52, no. 3, 2024, pp. 512-524.

Toninelli, Pier Angelo. "Tra storia economica e storia d'impresa. *The Visible Hand* e lo sviluppo economico degli Stati Uniti." *Contemporanea*, vol. 13, no. 3, 2020, pp. 566-571.

Tran, Jonathan, et al. "Modeling the Engagement-Disengagement Cycle of Compulsive Phone Use." *Proceedings of the 2019 CHI Conference on Human Factors in*



Computing Systems (Glasgow, Scotland Uk) (CHI '19). Association for Computing Machinery, a cura di Stephen Brewester, et al. Association for Computing Machinery, 2019, pp. 1-14.
<https://faculty.washington.edu/alexisr/engagementDisengagement.pdf>. Consultato il 01 gen. 2024.

Vecoli, Fabrizio. *La religione ai tempi del web*. Laterza, 2013.
World Health Organization. *Guidelines on physical activity, sedentary behaviour and sleep, for children under 5 years of age*, 2019.
<https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/311664/9789241550536-eng.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Consultato il 01 gen. 2024.

Wu, Hsin-Kai, et al. "Current status, opportunities and challenges of augmented reality in education." *Computers & Education*, vol. 62, 2013, pp 41-49.

Yang, Zeyang, et al. "Can Watching Online Videos Be Addictive? A Qualitative Exploration of Online Video Watching among Chinese Young Adults." *Int J Environ Res Public Health*, vol. 18, no. 4, 7247, 2021.
<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC8306552/>. Consultato il 01 gen. 2024.

Roberto Colonna è editor scientifico presso il CIRFF dell'Università di Napoli, Federico II, e responsabile di diverse pubblicazioni scientifiche. Direttore della rivista *Pagine Inattuali* (ISSN 2280-4110), insegna sociologia e storia della filosofia come professore a contratto e ha un gran numero di pubblicazioni su riviste sia italiane sia internazionali, che riguardano in particolare la cultura latinoamericana, la storia della filosofia, la sociologia e le *medical humanities*.

<https://orcid.org/0000-0002-8274-4809>

roberto.colonna@unina.it

Colonna, Roberto. "Genesi di un'utopia del moderno, tra sistema mediale e distopici rovesciamenti." *Altre Modernità*, n. 32, *Quando la narrazione incontra la cura: Dialoghi interdisciplinari intorno alla malattia e al trauma*, Novembre 2024, pp. 496-520. ISSN 2035-7680. Disponibile all'indirizzo:

<<https://riviste.unimi.it/index.php/AMonline/article/view/27331/22832>>.

Ricevuto: 14/02/2024 Approvato: 01/04/2024

DOI: <https://doi.org/10.54103/2035-7680/27331>

Versione 1, data di pubblicazione: 30/11/2024

Questa opera è pubblicata sotto Licenza Creative Commons CC BY-SA 4.0