

Social network, piattaforme digitali e mito di Narciso

di Teresa Numerico*

Social networks, digital platforms, and Narcissus myth

Technical infrastructures offer new environments for social relationships, as it became apparent in the recent pandemic situations. Digital platforms are often invisible, but they deeply influence the way we interact and socialize with each other. This paper explores some of the ambiguous consequences of the pervasive role of digital networks for sociality: from the substitution of the concrete objects with their digital counterparts, as in the project of the Internet of Things (IoT), to the quantification of social spaces and their consequent commodification and the anticipation of the metaverse, ready to come.

All technologies contribute to the psychic and collective individuation of human beings, so they are political tools – as Stiegler explained distinctly – because they provide the means for defining human subjectivity. Digital platforms could capture all individual capabilities of representation, so that it is possible to exclude subjective interpretations.

The case of Narcissus is exemplary to explicit some of the effects of the lack of limits between imaginary reflexes and concrete objects and bodies. The myth shows the output of this misunderstanding: it ends up in preventing any reaction, up to the point of causing a complete paralysis.

Keywords: Social Networks, Digital Platforms, Narcissus Myth, Image Recognition, Psychic and Collective Individuation, Digital Representation.

1. Infrastrutture digitali per la comunicazione

Quando il 4 ottobre 2021 per alcune ore Facebook, Instagram e WhatsApp erano inutilizzabili abbiamo provato un intenso sentimento di smarrimento. Nel *Global North*, come si usa ormai dire, siamo dipendenti dall'infrastruttura della comunicazione che il digitale ci mette a disposizione, e più precisamente siamo dipendenti da quel piccolo gruppo di infrastrutture, gestite da aziende multinazionali che hanno sede nella Silicon Valley.

* Professoressa associata di Logica e filosofia della scienza presso l'Università degli Studi Roma Tre; teresa.numerico@uniroma3.it.

Abbiamo bisogno dell’infrastruttura per interagire, ma non possiamo controllare precisamente come è organizzato questo nuovo ecosistema di comunicazione, in assenza del quale ci sentiamo persi, ma nella cui cornice sappiamo di essere oggetto di manipolazione e appropriazione del flusso di informazione che rilasciamo pubblicamente. Sebbene riteniamo di trovare tutto quello di cui abbiamo bisogno sui social, siamo consapevoli che i meccanismi della visibilità di quegli strumenti sono opachi e incomprensibili. Inoltre, anche se gli algoritmi che presiedono alla visibilità in rete sono inaccessibili e protetti da una *black box* (Pasquale, 2015), è innegabile che il loro obiettivo è aumentare i profitti delle piattaforme, non facilitare le relazioni interpersonali.

Possiamo, quindi, riconoscere scopi e orientamenti di queste infrastrutture della socialità, che sono state tanto essenziali durante la pandemia e tuttora ricoprono un ruolo insostituibile in molti scambi sociali. Gran parte dei cambiamenti avvenuti in questa fase eccezionale sono destinati a restare anche quando l’emergenza finirà. Nel caso delle lezioni all’università o nel lavoro, cosiddetto “smart”, svolto in modalità mista, le trasformazioni non saranno riassorbite dal sistema, né lo sarà l’aumento di strumenti online per le relazioni amicali, amorose o solo sessuali.

Durante la pandemia, per esempio, l’uso di piattaforme per l’*online dating* è aumentato in maniera vertiginosa per colmare il senso di solitudine che l’isolamento ha comportato per ognuno, sdoganando la loro legittimità (Dietzel *et al.*, 2021, Wiederhold, 2021). L’esperienza di distanziamento fisico del *lockdown* in pandemia, quindi, è stata colmata dalle piattaforme digitali divenute cornice e infrastruttura delle relazioni sociali. Queste hanno proposto e imposto le loro regole e i loro vincoli, costringendo tutti coloro che le usavano ad adottare tutte e sole quelle pratiche che esse rendevano disponibili. Persino la scuola ha avuto bisogno di spostarsi sulle piattaforme di interazione sociale come Google Meet, costringendo i molteplici stili educativi entro i vincoli previsti dalle teleconferenze, anche arrivando a instaurare meccanismi di sorveglianza e controllo, fino a quel momento impensabili (Numerico, 2021b).

I nuovi spazi digitali nei quali abbiamo improvvisamente trasferito a distanza quelle attività che prima si svolgevano in presenza non hanno sollevato riflessioni circa gli aspetti di costrizione e di riorganizzazione che dipendevano dal loro uso mentre le normali interazioni erano state sospese e delocalizzate. La loro disponibilità, in un frangente tanto particolare, è stata preziosa per il mantenimento della coesione sociale, sebbene abbia evidenziato criticità di accesso, di disponibilità di connessione e di *device*, che hanno prodotto disparità e acuito il divario digitale, ovunque siano state implementate. Le differenze non hanno riguardato soltanto l’accesso alle risorse tecniche, ma anche le disuguaglianze rispetto alla competen-

za. Tale faglia ha attraversato trasversalmente la popolazione in rapporto all'accessibilità socio-economica dei dispositivi, dell'infrastruttura e alle capacità di alfabetizzazione agli strumenti digitali. L'asimmetria si è manifestata anche rispetto alle fasce d'età, all'allenamento nell'uso di questi ambienti sociali digitali che comportavano, oltre alle competenze, anche l'abitudine a un'etichetta relativa alle prassi consolidate in quegli ambiti.

In questa precipitosa dislocazione di attività sociali, anche pubbliche, nel contesto digitale nessuno ha posto il problema dei vincoli imposti dal cyberspazio. Abbiamo sottovalutato persino gli interrogativi legati a una potenziale dipendenza del settore dell'istruzione e della pubblica amministrazione dall'egemonia delle poche piattaforme di proprietà di multinazionali digitali.

2. Quantificare la socialità

L'uso delle piattaforme come infrastruttura delle nostre relazioni sociali presenta anche aspetti critici in materia di sorveglianza e tutela della privacy, e causa una erosione estremamente rilevante del confine tra intimità privata e comportamento pubblico (Bauman Lyon, 2013; Lyon, 2018)¹.

L'infrastruttura fisica, psichica e digitale della socialità non può essere sottovalutata nel riorganizzare le relazioni, il loro significato e la loro natura, tanto più quando diventa invisibile. Non si può trascurare il carattere sociotecnico e politico dell'intervento delle interfacce digitali per definire gli spazi possibili delle relazioni sociali, soprattutto in contesti nei quali tali campi costituiscono la principale fonte, almeno di alcune di queste relazioni, magari non completamente quelle di amicizia, ma sempre più quelle di formazione di alto livello e di una parte delle relazioni professionali².

Una delle conseguenze più evidenti ed esplicite delle piattaforme digitali per la connessione sociale è la progressiva immissione di alcune relazioni interpersonali nel mercato, mentre prima ne erano escluse; per esempio, le aree dell'amicizia e le relazioni sentimentali o sessuali. Tale mercificazione le inserisce nel processo di monetizzazione, con la conseguente alienazione del significato e del loro contenuto, in favore di una inevitabile quantificazione del valore di questi contatti. Il fenomeno estremo di Gwyneth Paltrow che lancia in vendita candele al profumo della

1. Sul problema dell'appropriazione dei dati personali e della loro monetizzazione e immissione nell'economia di mercato, si rimanda a Zuboff (2019) e a Chun (2021).

2. A questo proposito si segnalano le approfondite analisi degli *infrastructure studies*, che sottolineano il carattere trasformativo delle infrastrutture socio-tecniche che stanno al cuore dei cambiamenti tecnologici dell'economia delle piattaforme. In particolare, si vedano Edwards *et al.* (2009) e Plantin *et al.* (2018).

sua vagina, attraverso il sito Goop – dove commercializza la sua relazione con il pubblico di fan –, è solo un caso estremo di una progressiva messa al lavoro del corpo e delle sue relazioni e declinazioni sociali, ai fini di una loro valorizzazione di mercato (Freeman, 2020).

Secondo Eva Illouz e Dana Kaplan (2017) le relazioni sono attirate entro dinamiche di mercificazione che hanno trasformato le stesse relazioni sessuali e la capacità di essere sessualmente attraente in un capitale da accumulare e da spendere sia direttamente, sia soprattutto, indirettamente, come elemento dell'amplificazione della sicurezza in sé stessi anche in ambito lavorativo. Sembra che, cioè, che sempre più aree relative alla dimensione relazionale siano attirate nel centro del processo di quantificazione e misurazione proprio del digitale. Tale processo ha luogo non soltanto nel contesto delle piattaforme. Si potrebbe leggere tale dinamica come l'attivazione di un meccanismo che agisce sulla vita introducendo nuove pratiche che marginalizzano le sfere libere dalla forza di significazione rappresentata dalla commodificazione. Questa risemantizzazione e nuova attribuzione di metodi di quantificazione oscurerebbe progressivamente la semantica delle relazioni basata su elementi non-standard, incommensurabili e connessi a contenuti, emozioni, affetti legati all'unicità degli incontri e degli scambi sociali a tutti i livelli.

3. Ambiente *online* e *offline*

L'aspetto di mercificazione delle relazioni sociali è solo la punta dell'iceberg. In questo paragrafo esamineremo il progressivo affievolirsi della distinzione tra mondo esterno e mondo digitale prodotto dalle interazioni digitali. Se le piattaforme procedono nel quantificare le relazioni sociali ed è sempre più difficile vivere parte di queste relazioni fuori dalle piattaforme, tale tendenza si riferirà a tutte le relazioni sociali, siano queste coltivate dentro o fuori dall'infrastruttura digitale. Fronteggiamo, dunque, una tendenza all'appropriazione del mondo esterno da parte delle infrastrutture di comunicazione.

Gli strumenti di comunicazione influenzano la nostra percezione e il digitale non fa eccezione. Facebook sta lavorando a progetti di realtà virtuale come *Metaverse*, una specie di ambiente virtuale fantascientifico in cui svolgere riunioni di lavoro; oppure *Ray-Ban Stories*, un tentativo di riuscire là dove Google ha fallito con Google Glass, oltre a un più modesto programma di propaganda come *Project Amplify*, di agosto 2021, nel quale cerca di incrementare la visibilità di notizie e storie positive relativamente a se stesso.

La recente decisione di Zuckerberg di cambiare il nome del suo social ammiraglio in Meta per echerriare questo nuovo livello di interazione con l'infrastruttura di mediazione da lui promossa, mostra come tali propositi

siano tutt'altro che astratti. Secondo lui, Facebook non sarebbe un monopolio perché è in concorrenza con tutte le altre modalità di comunicazione tra le persone. È lecito domandarsi se ci stiamo spingendo verso uno scenario nel quale non potremo più distinguere con chiarezza tra le interazioni in presenza e quelle a distanza. La sovrapposizione tra dimensione digitale e mondo fisico non è esclusivamente relativa a progetti di realtà virtuale come quelli di Facebook o di altre simili piattaforme di social networking, esistono altri progetti nei quali è sempre più difficile separare nettamente sovrastruttura digitale e dimensione fisica concreta.

Nell'ultimo libro della studiosa di *governance* di Internet Laura Dernardis (2021) si parla di sistemi cyberfisici. Molti oggetti fisici, infatti, sono ormai connessi alla rete attraverso microchips e indirizzi IP associati alla rete. Si tratta di diversi dispositivi come braccialetti per misurare le attività di fitness, strumenti di rilevazione dei dati connessi alle funzioni vitali, oggetti presenti in casa come Alexa o Google Home, dispositivi RFID contenuti in capi di vestiario messi in vendita, o ancora dispositivi come robot industriali, sistemi di sicurezza, sensori dei veicoli a motore, sensori per il monitoraggio del traffico, robot industriali, QRcode ecc. (ivi, pp. 41-2). Tali dispositivi possono costruire una riproduzione digitale di quello che accade nel mondo reale. Attraverso questi apparati connessi, sarebbe possibile tracciare tutti gli spostamenti e i comportamenti per incrociarli con quelli delle altre persone, individuando anche incontri, attività ecc. Se a questi si aggiungono le telecamere di sorveglianza per strada e in alcuni luoghi pubblici e privati la possibilità di incrociare i dati di queste telecamere con quelli di altri flussi di dati permetterà di ricostruire la vita sociale e relazionale delle persone, incluso la presenza all'aperto e indipendente dalla mediazione delle piattaforme digitali.

Stiamo parlando di *Internet of Things*, l'internet delle cose che ha l'obiettivo di collegare tra loro tutte le fonti di informazioni digitali e renderle fruibili insieme. In alcuni casi le telecamere di sorveglianza sono dotate anche di sistemi di riconoscimento facciale. In qualche situazione – per esempio in Cina, ma non solo là – a questi programmi di riconoscimento si associano software per la misurazione dello stato emotivo a partire dalle immagini dei volti³.

Il sistema fisico e quello digitale sono sempre più difficili da separare, non solo perché i nostri dispositivi di connessione come *smart device*, telefoni ecc. sono sempre con noi, ma anche perché l'infrastruttura fisica pullula di oggetti il cui scopo è tenere traccia dei dati per renderli disponibili all'ana-

3. Per una ricognizione sugli articoli a proposito di *affect recognition* si veda McStay (2019, 2020); in particolare per l'*affect recognition* nelle scuole cinesi si vedano Lin, Li (2019) e Kim *et al.* (2018).

lisi dei programmi di intelligenza artificiale. Esistono svariate interpretazioni dell'avvento di questa nuova generazione di flussi di informazioni condivise in rete. Alcuni ritengono che sia solo un'amplificazione dei modelli di business e di organizzazione sociale già in funzione nell'attuale sfera del digitale, altri sostengono che quando l'infrastruttura sarà dispiegata in tutta la sua potenza ci sarà una nuova rivoluzione sociale, economica e politica prodotta dalle nuove possibilità di controllo, sorveglianza ed estrazione a distanza di dettagli dal sistema interconnesso (Lovink, 2016, pp. 202-4).

Questo strato digitale sovrapposto al mondo fisico è destinato comunque a modificarne le modalità di rappresentazione e con esse le possibilità di comprensione e intervento sul mondo fisico. Le tecnologie non sono soltanto uno strumento che usiamo per guardare meglio al mondo, come gli occhiali, o per intervenire nell'ambiente come le autovetture, le scavatrici, i trattori, sono anche potenti strumenti ermeneutici usati per comprendere e articolare un'interpretazione su ciò che siamo e sul contesto circostante, come il microscopio, il cannocchiale o gli acceleratori di particelle (Weizenbaum, 1976). Si usano anche per dare senso al nostro universo. Se siamo immersi in una marea di dati, non siamo in grado di produrre un'interpretazione alternativa, perché il nostro unico accesso all'esterno è mediato dal sistema standardizzato di costruzione della rappresentazione in forma quantificata e discretizzata. Non si potrebbe nemmeno parlare di inganno nel vero senso della parola, come invece suggerisce l'interpretazione di Natale (2021), a proposito dei media, di cui le tecnologie digitali sono un caso. L'immersione nella tecnologia instaura un sistema complesso per interpretare il mondo e, quindi, costituisce una bussola per sperimentare e dare senso all'esterno e riflettere sull'interiorità.

4. Riconoscimento automatico delle immagini e trasformazione della socialità

La centralità della macchina come sistema sociotecnico nei processi di conoscenza e attribuzione di significato non è un fenomeno del futuro, è una realtà della ricerca rispetto a visione e riconoscimento automatico di oggetti e volti. L'artista e studioso Trevor Paglen ha discusso sui meccanismi usati nell'*image recognition*. Secondo lui:

La cultura visiva ha cambiato forma, si è separata dalla visione umana ed è diventata in larga parte invisibile. La cultura visiva umana è diventata un tipo speciale di visione, un'eccezione alla regola. La stragrande maggioranza delle immagini è ormai creata da macchine per altre macchine, con raro coinvolgimento degli umani. [...] Lo scenario delle immagini invisibili e della *machine vision* sta diventando sempre più rilevante (Paglen, 2019, in 2021, p. 42).

Il fatto che la macchina possa leggere le immagini e anche riprenderle, senza bisogno che l'occhio umano le guardi, comporta un'alterazione della cultura visiva. Non solo possiamo ormai riprendere qualsiasi scena attraverso i dispositivi digitali, ma anche senza la nostra volontà è disponibile una grande quantità di immagini che sono riprese senza che nessuno le controlli o le guardi, se non raramente, come nel caso del *feed* delle telecamere di sorveglianza o delle foto in alcuni autovelox.

Diversamente da quando le immagini erano sempre relative alla volontà e a un ricordo di qualcuno, le foto raccolte automaticamente e usate per addestrare i sistemi per il loro riconoscimento delineano un salto rispetto al passato. Tale differenza ha diverse sfaccettature, ma riguarda in primo luogo l'assenza di una dimensione simbolica attribuita loro da un essere umano, che le osserva e ne ricorda il momento in cui sono state colte. Per molte immagini digitali non esiste alcuna triangolazione simbolica, sotto il controllo umano, che si frapponga tra il soggetto che sceglie di scattare la foto e l'oggetto riprodotto dalla macchina. Oltre ad avere importanti ripercussioni epistemologiche, tale circostanza presenta – secondo Paglen – un'enorme rilevanza in termini di rapporti di potere. Anche quando scattiamo le foto e le postiamo sui social network, stiamo offrendo alle piattaforme un dato che può far parte dell'insieme di informazioni che servono per addestrare reti neurali artificiali, che saranno successivamente in grado di riconoscere oggetti e persone. Tali meccanismi sono alla base della capacità di creare immagini immaginarie, a partire dai frammenti dei miliardi di foto immagazzinate usando i programmi per il *deepfake*, che lavorano a costruire riproduzioni artificiali, che non hanno nessun oggetto corrispondente, facendole apparire come reali. Quando interagiamo attraverso le piattaforme sociali con e senza una telecamera accesa, stiamo nutrendo un sistema di riconoscimento, addestramento e riorganizzazione del mondo, consapevolmente o meno. Inoltre, tra le opportunità promosse dal digitale c'è quella di una duplicazione del mondo che a certe condizioni non può essere distinta dall'oggetto della riproduzione, con il risultato che nelle interazioni sociali sulle piattaforme non è sempre chiaro se stiamo interagendo con persone in carne e ossa o con avatar privi di consistenza esistenziale⁴, come *chatbot* o immagini inventate.

Persino se il sistema di riconoscimento visuale di oggetti e volti commette errori, non serve intervenire per modificarlo. È, invece, necessario identificare il meccanismo di potere che agisce per attribuire senso a quei

4. Sul tema dell'interazione con avatar senza corrispettivo concreto nella realtà degli individui, si segnala il lavoro di un'artista come Elisa Giardina Papa, in un'installazione come *Technologies of Care* (2016). Excerpt: Worker 7: Bot? Invisible Boyfriend/Girlfriend? URL: <http://www.elisagiardinapapa.org/>.

volti e che, per esempio, arranca quando deve attribuire la categoria di persone ai volti afroamericani. Tale situazione non permette di catalogare il cattivo riconoscimento come errore, perché si tratta degli effetti dell'ideologia inscritta nella tassonomia adottata⁵. La mancanza di controllo simbolico degli esseri umani sulle immagini, non significa che la triangolazione simbolica non avvenga, ma che è governata da un apparato sociotecnico che rimane invisibile alle persone comuni.

Ogni dettaglio delle immagini che ci riguardano, infatti, può essere usato per costruire un profilo su di noi possibile di essere rivenduto e monetizzato da diversi attori come compagnie assicurative, società finanziarie, aziende per la ricerca del personale. Tali attori possono inferire ipotesi da quelle immagini che ci riguardano. Come se il sistema di sorveglianza fosse costantemente in azione e tutto quello che facciamo e diciamo potesse essere usato contro di noi, in quanto potenzialmente sempre indagati, senza poter controllare le nostre immagini.

5. Individuazione psichica collettiva e tecnologia

In questa sezione si trarranno le conseguenze teoriche del nuovo contesto sociotecnico nel quale maturano le nostre relazioni sociali. Una possibile definizione di essere umano è quella aristotelica di animale sociale, o meglio animale dotato di una certa capacità di comunicazione basata sul linguaggio strutturato. Altri viventi hanno abilità sociali, ma gli umani hanno la caratteristica di costruire modi sempre nuovi di individuazione sociale, attraverso l'uso di alcune tecnologie relazionali. Tale principio, secondo Gilbert Simondon, si costituisce esclusivamente in forma collettiva. Per il filosofo francese l'individuazione precedeva e trascendeva l'individuo singolo. A suo parere non si poteva considerare l'equilibrio dell'individuo come stabile, esso era invece metastabile, cioè costantemente in bilico e in divenire. Da questo punto di vista sarebbero le relazioni a costituire la soggettività e non la soggettività a precederle e intesserle. La struttura dell'individuo vivente è, per lui, sia psichica che collettiva e si istituisce nella relazione transindividuale che attinge alla dimensione pre-individuale e costituisce un'individuazione che non riguarda il rapporto tra soggetto e

5. A questo proposito ricordiamo che nel 2015 il motore di ricerca di Google non riuscì a riconoscere delle donne afroamericane e attribuì alle immagini la categoria di gorilla e nel 2018 Wired scoprì che la soluzione del problema fu eliminare la categoria gorilla, non migliorare i criteri di riconoscimento (Simonite, 2018). A settembre 2021 un errore simile è stato causato dal sistema di raccomandazione intelligente di Facebook che agli utenti che avevano visto un video di afroamericani ha proposto agli utenti se volevano vedere altri video di primati (BBC, 2021). Si veda anche Chun (2021), Numerico (2021a).

attributi di una predicazione bastata su materia e forma (Simondon, 1989, trad. it. 2001, pp. 25-35).

Se assumiamo questa prospettiva relazionale sull'individuazione e risolviamo le aporie che comporta, possiamo dire che gli esseri umani si costituiscono nella loro identità psichica in forma collettiva. Il pensiero di Simondon inserisce nel concetto di individuazione la dimensione tecnica. Il rapporto dell'essere umano con il mondo è mediato dal sistema tecnico nel quale la sua forma di vita trova il suo *milieu*. Possiamo intendere, quindi, l'individuazione collettiva come qualcosa che si definisce a partire da strumenti e sistemi tecnici che ci permettono di interagire con gli altri e con il mondo esterno. Secondo questa visione, l'uso delle tecniche obbliga in un certo senso a una regolazione rispetto all'interazione con il mondo, per il fatto di contribuire a istituire la nostra relazione con l'esterno.

In questa prospettiva la natura relazionale precede quella soggettiva ed è governata dall'introduzione delle tecniche che, pur essendo inventate dagli umani – in un circolo virtuoso, o vizioso, a seconda delle circostanze –, rideterminano le forze che stabiliscono le interazioni tra individui. La soggettività, quindi, non verrebbe prima come sostanza della quale poi si predicono gli attributi organizzati in forma di categorie, ma dopo come costruzione relazionale abilitata dalle tecniche usate.

Bernard Stiegler, influenzato, oltre che da Simondon, anche dall'etnologo, archeologo, antropologo Leroi-Gourhan (1964), sostiene la tesi secondo la quale non esiste un'interiorità che precede l'esteriorità, perché questa è il frutto dei meccanismi di interazione con le tecnologie dell'esternalizzazione della memoria. La nostra interiorità è costruita dall'uso di certi strumenti tecnici. L'argomentazione di Stiegler, quindi, è che le tecnologie abbiano un carattere politico perché orientano la definizione di come sia costruito l'essere umano e quali siano le sue peculiarità e caratteristiche (Stiegler, 2006, 2015). Le tecnologie, infatti, non sono qualcosa di estraneo all'umano, sono strumenti attraverso i quali noi costruiamo una relazione con il mondo esterno, anche in termini di abilitazione all'azione e di una costituzione in forma soggettiva. Secondo Weizenbaum:

le vicende dell'uomo e quelle delle sue macchine sono collegate inseparabilmente tra loro. [...] le macchine dell'uomo hanno fortemente influenzato la sua visione del mondo e quindi di sé stesso. [...] I suoi utensili, qualunque ne sia la primaria funzione pratica, sono per necessità anche strumenti pedagogici. Sono quindi parte del materiale dal quale l'uomo estrae la propria immaginaria ricostruzione del mondo. [...] L'utensile è molto più di un semplice apparecchio: è un agente di cambiamento. Ed è più che un frammento di un disegno di mondo concepito per l'uomo e trasmessogli dai suoi antenati (Weizenbaum, 1976, trad.it. 1987, pp. 53-4).

Se leggiamo questo passo con le idee di Stiegler e Simondon, ci illustra la grande rilevanza dei sistemi tecnici per l'interazione sia con il mondo esterno sia con la propria autorappresentazione. La lettura di Stiegler sottolinea il carattere politico delle scelte infrastrutturali e il loro ruolo nel definire i connotati della collettività e della convivenza civile. L'adozione e la costruzione dei sistemi tecnici contribuiscono, ricoprendo una posizione di potere, ad abilitare e disabilitare comportamenti sociali, costruire intenzioni e desideri, definire le relazioni sociali e istituire percorsi di mediazione o intervento la cui portata non può essere sottovalutata. È alla luce del ruolo di potere dei sistemi tecnici che dobbiamo ripensare al mito di Narciso. La sua interpretazione potrebbe gettare nuova luce sulla mediazione delle relazioni sociali attraverso le piattaforme digitali sociali.

6. Mito di Narciso e relazioni sociali digitali

Nella comunicazione a distanza dei social molti a molti dove i molti non sempre si conoscono ed è contingentato sia lo spazio del messaggio sia la capacità di attenzione che le persone vi attribuiscono si può sperimentare il collasso del contesto (Marwick, Boyd, 2011). Si tratta di una reinterpretazione della visione di Goffman (1959), secondo la quale tendiamo a vivere la vita quotidiana come una rappresentazione teatrale che è diversa, a seconda degli interlocutori. Per collasso del contesto nel digitale si intende una dissoluzione della separazione degli spazi comunicativi, talvolta allargando il pubblico, talaltra facendo implodere l'interpretazione della propria parte al punto da mettere in crisi le relazioni. L'esito negativo si produce a causa dell'impossibilità di separare gli ambiti nei quali si attiva una certa messa in scena, usando una particolare maschera sociale. L'assottigliamento della distinzione tra spazio pubblico e spazio privato è una delle conseguenze dell'interazione sociale mediata dalle infrastrutture digitali. La maggior parte delle piattaforme, infatti, non consente di mantenere separati gli ambiti di comunicazione, con il risultato positivo di allargare la platea del pubblico potenziale, come nel fenomeno degli *influencers*, ma con l'effetto negativo di non riuscire a governare i flussi informativi correttamente.

L'effetto distorsivo di alcune comunicazioni, che divengono pubbliche malgrado noi, oltrepassa il concetto di equivoco, secondo cui involontariamente rendiamo pubblico ciò che vorremmo restasse privato (la collisione del contesto). La mancanza di una contestualità concreta e condivisa rende intrinsecamente impossibile controllare il viaggio del proprio messaggio. Anche quando scambiamo messaggi esplicitamente privati in una chat, per esempio, è sempre possibile che vengano resi pubblici, come mostra la diffusione impropria di immagini intime scabrose, nel caso del *revenge porn*. Questo particolare fa comprendere che l'imme-

diatezza e l'aspetto effimero della comunicazione online si accompagna anche a una sua imperscrutabile permanenza (Chun, 2016), di cui datificazione e profilazione a fini di *marketing* e sorveglianza sono solo l'esito più conosciuto e discusso, ma non l'unico. Il digitale offre l'opportunità di far assurgere a ipostasi ciò che è soltanto una copia di un'interazione o l'immagine di un oggetto, oppure anche di inventare immagini che corrispondono a oggetti mai esistiti.

L'ambito delle relazioni sociali digitali offre un campo di osservazione anche per la dissoluzione della nostra propriocezione, come dimostra Giovanni Stanghellini nel libro sul *Selfie* (2020). A causa di molteplici e inesplorabili ragioni indipendenti anche dalla rivoluzione digitale, non riusciamo più a provare la cenesthesia, la nostra percezione interna come individui fatti di carne, ossa e nervi. Il *selfie* è, però, lo strumento che ci espone allo sguardo dell'altro e ci consente di essere da questo identificati, appunto, a causa del fallimento di altri strumenti di riconoscimento interiori, o comunque legati alla relazione diretta con l'altro.

A questo proposito vorrei discutere la versione del mito di Narciso proposta nelle *Metamorfosi* di Ovidio in relazione alla capacità o incapacità di esercitare una distinzione tra rappresentazione e suo oggetto. Pur accettando che l'immagine, il modello di qualcosa ne influenzi inevitabilmente la percezione e contribuisca a determinare la sua relazione con noi, siamo consapevoli che ogni rappresentazione è sempre solo parziale. Talvolta avviene invece che si scambi l'immagine per l'oggetto, cioè l'immagine viene confusa con l'altro di cui è traccia. È qui che avviene un pericoloso collasso che potrebbe inchiodarci e paralizzarci alla sua contemplazione senza possibilità di riscontro con l'esterno. Il mito ci conduce a osservare l'esito potenzialmente esiziale del collasso del contesto riferito all'identificazione di immagine e oggetto rappresentato.

Su Narciso, Ovidio affermava:

Beve e vede il riflesso della sua bella persona nell'acqua: ne è preso e si innamora di un'illusione che non ha corpo, pensando che sia corpo quello che non è altro che onda. È stupito e attratto da sé stesso e resta immobile senza battere ciglio come una statua di marmo (Ovidio, *Le Metamorfosi*, Libro III, 416-419).

Per Ovidio, il problema non è solo che Narciso si innamora di se stesso, ma che non riesca a separare l'immagine dall'oggetto e, così facendo, resti incastrato nello sguardo, trasformandosi in una statua, non potendo spostarsi dal luogo del riflesso. Lo sprona invano il poeta:

Ingenuo perché ti affanni a cercare di afferrare un'ombra che ti sfugge? Non esiste quello che cerchi! Voltati, e perderai chi ami! Quello che vedi non è che un tenue

riflesso: non ha alcuna consistenza. E viene con te, resta con te, se ne andrà con te, ammesso che tu riesca ad andartene (Ovidio *Le Metamorfosi*, Libro III, 432-436).

Far collassare l'oggetto dell'immagine nella sua rappresentazione è un pericolo concreto anche nella socialità digitale. Del resto, quando siamo in contatto attraverso i media digitali, sullo schermo non vediamo l'altro, ma una sua immagine simmetricamente invertita e il riflesso della nostra immagine, oppure le tracce che questa lascia nella sua scia immaginaria. La potenza del digitale consiste nel rimandare una perfetta riproduzione artificiale dell'oggetto, indistinguibile da qualsiasi altra sua immagine, sebbene non lo sarebbe, in teoria, dall'oggetto riprodotto stesso. Ma se la relazione con l'altro fosse stabilmente mediata dall'infrastruttura digitale non ci sarebbe modo di sperimentare l'eccedenza che ha dato origine alla sua riproduzione. La mediazione digitale lo fa sparire. Proprio come Narciso non riesce a comprendere che l'immagine è il suo riflesso, rischiamo di restare impigliati in una riproduzione della socialità offerta dall'abilitazione dei social network. Il potere della rappresentazione non dovrebbe confonderci sulla sua inevitabile parzialità, mentre restiamo paralizzati a contemplare un'alterità che ci riflette, ci quantifica, ci mercifica. Ogni rappresentazione esiste perché introduce uno scarto tra l'oggetto che l'ha determinata e la sua immagine. È utile proprio perché offre un modello che ci fa comprendere qualcosa su quell'oggetto, pure se non lo esaurisce e ci spinge a cercare ancora. Se dovessimo scambiare il modello con l'oggetto (Crawford, Paglen, 2021) non potremmo più intervenire a modificare la rappresentazione e non riusciremmo più a governare la sua ricchezza in termini di offerta simbolica.

La socialità online, quindi, è una grande opportunità di entrare in contatto con persone care o sconosciuti in forma delocalizzata, purché non si traduca in una sostituzione delle interazioni nel concreto dell'incontro dei corpi in uno spazio comune. Sarebbe auspicabile impegnarci a preservare la consapevolezza che l'altro esiste materialmente come corpo vivente, indipendentemente da ogni sua riproduzione digitale e che tale esistenza resiste a qualsiasi esternalizzazione univoca attraverso l'infrastruttura della digitalizzazione che ne voglia restituire l'integrità nella relazione con l'altro. L'altro mantiene un imprevedibile residuo, impossibile da catturare in qualsiasi sua rappresentazione.

Riferimenti bibliografici

- BAUMAN Z., LYON D. (2013), *Liquid surveillance: A conversation*, John Wiley & Sons, New York, trad. it. *Sesto potere*, Laterza, Roma-Bari 2015.
 BBC (2021), *Facebook apology as AI labels black men 'primates'*, BBC (16/9/2021), <https://www.bbc.com/news/technology-58462511>.

- CHUN W. H. K. (2016), *Updating to remain the same*, The MIT Press, Cambridge.
- ID. (2021), *Discriminating data*, The MIT Press, Cambridge.
- CRAWFORD K., PAGLEN T. (2021), *Excavating AI: The politics of images in machine learning training sets*, in “AI & SOCIETY”, 1-12, <https://excavating.ai/>.
- DENARDIS L. (2021), *Internet in ogni cosa*, LUISS University Press, Roma.
- DIETZEL C., MYLES D., DUGUAY S. (2021), *Relationships during a pandemic: How dating apps have adapted to Covid-19*, in “The conversation” (11/5/2021), in <https://theconversation.com/relationships-during-a-pandemic-how-dating-apps-have-adapted-to-covid-19-160219>.
- EDWARDS P. N., BOWKER G. C., JACKSON S. J., WILLIAMS R. (2009), *Introduction: an agenda for infrastructure studies*, in “Journal of the Association for Information Systems”, 10, 5, 6.
- FREEMAN H. (2020), *Why is Gwyneth Paltrow selling a candle that smells like her vagina?*, in “The Guardian” (13/1/2020), <https://www.theguardian.com/fashion/2020/jan/13/why-is-gwyneth-paltrow-selling-a-candle-that-smells-like-her-vagina-goop>.
- FRENKEL S., KANG C. (2021). *An ugly truth*, Harper Collins, New York, trad. it. *Facebook: l'inchiesta finale*, Einaudi, Torino.
- GOFFMAN E. (1959), *The presentation of self in everyday life*, Anchor Books, New York, trad. it. *La vita quotidiana come rappresentazione*, il Mulino, Bologna 1997.
- ILLOUZ E., KAPLAN D. (2020), *Les formes du capital sexuel*, in “Esprit”, juillet-août 2017, trad. it. *Il capitale sessuale*, Castelvecchi, Roma 2020.
- KIM Y., SOYATA T., BEHNAGH R. F. (2018), *Towards emotionally aware AI smart classroom: Current issues and directions for engineering and education*, in “IEEE Access”, 6, pp. 5308-331.
- LEROI-GOURHAN A. (1964-65), *Le geste et la parole*, voll. 1-2, A. Michel, Paris, trad. it. *Il gesto e la parola*, Einaudi, Torino 1977.
- LIN Z. H., LI Y. Z. (2019, January), *Design and implementation of classroom attendance system based on video face recognition*. In *2019 International Conference on Intelligent Transportation, Big Data & Smart City (ICITBS)*, pp. 385-88.
- LOVINK G. (2016), *Social media Abyss*, Polity Press, London, trad. it *L'abisso dei social media*, Università Bocconi Editore, Milano 2016.
- LYON D. (2018), *The culture of surveillance*, Polity Press, London, trad. it *La cultura della sorveglianza*, Luiss University Press, Roma 2020.
- MARWICK A. E., BOYD D. (2011), *I tweet honestly, I tweet passionately: Twitter users, context collapse, and the imagined audience*, in “New Media & Society”, 13, 1, pp. 114-33.
- MCSTAY A. (2019), *Emotional AI and EdTech: Serving the public good?*, in “Learning, Media and Technology”, 45, 3, pp. 270-83, <https://doi.org/10.1080/17439884.2020.1686016>.
- MCSTAY A. (2020), *Emotional AI, soft biometrics and the surveillance of emotional life: An unusual consensus on privacy*, in “Big Data & Society”, 7, 1.
- NATALE S. (2021), *Deceitful media: Artificial Intelligence and social life after the Turing Test*, Oxford University Press, Oxford.
- NUMERICO T. (2021a), *Big data e algoritmi*, Carocci, Roma.

- ID. (2021b), *Le piattaforme digitali nella scuola italiana*, in A. Ranieri (a cura di), *Scuola*, Castelvecchi, Roma, pp. 75-80.
- OVIDIO P. N. (1994), *Metamorphoseon*, libri xv, trad. it. di G. Faranda Villa, *Le Metamorfosi*, Rizzoli, Milano.
- PAGLEN T. (2019), *Invisible images: Your pictures are looking at you*, in “Architectural Design”, 89, 1, pp. 22-7, trad. it. *Immagini invisibili*, in F. D’abbraccio, A. Facchinetti, *Ai & Conflicts*, vol. 1, Krisis Publishing, Bolzano 2021, pp. 40-55.
- PASQUALE F. (2015), *The black box society*, Harvard University Press, Cambridge (Mass.).
- PLANTIN J. C., LAGOZE C., EDWARDS P. N., SANDVIG C. (2018), *Infrastructure studies meet platform studies in the age of Google and Facebook*, in “New Media & Society”, 20, 1, pp. 293-310.
- SIMONDON G. (1989), *L’individuation psychique et collective à la lumière des notions de forme, information, potentiel et métastabilité*, Éditions Aubier, Paris, trad. it. *L’individuazione psichica e collettiva*, Derive Approdi, Roma 2001.
- SIMONITE T. (2018), *When it comes to gorillas google photos remains blind*, in “Wired”, 1/11/2018, <https://www.wired.com/story/when-it-comes-to-gorillas-google-photos-remains-blind/>.
- STANGHELLINI G. (2020), *Selfie: sentirsi nello sguardo dell’altro*, Feltrinelli, Milano.
- STIEGLER B. (2006), *Anamnesis and Hypomnesis*, in L. Armand, A. Brandley (eds.), *Technicity*, Litteraria Pragensia, Prague, pp. 15-41, trad. it. in Id., *Platone digitale*, Mimesis, Milano, pp. 33-58.
- ID. (2015), *La société automatique. I l’avenir du travail*, Fayard, Paris, trad. it. *La società automatica*, Meltemi, Milano 2019.
- WEIZENBAUM J. (1976), *Computer power and human reason*, W. H. Freeman and Company, New York, trad. it. *Il potere del computer e la ragione umana*, Edizioni Gruppo Abele, Torino 1987.
- WIEDERHOLD B. K. (2021), *How Covid has changed online dating – and what lies ahead, cyberpsychology*, in “Behavior, and Social Networking”, 24, 7, July 15, pp. 435-6, <http://doi.org/10.1089/cyber.2021.29219.editorial>; <https://www.libertpub.com/doi/10.1089/cyber.2021.29219.editorial>.
- ZUBOFF S. (2019), *The age of surveillance capitalism: The fight for a human future at the new frontier of power: Barack Obama’s books of 2019*, Profile books, Boston, trad. it. *Il capitalismo della sorveglianza*, Luiss University Press, Roma 2019.