

Il metavolto

A cura di Massimo Leone



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI TORINO



European Research Council
Established by the European Commission

Curatore: Massimo Leone
Copertina e impaginazione: Andrés Manuel Cáceres Barbosa
Illustrazioni: Elia Sampò

1a edizione, aprile 2022
ISBN 979-12-210-1063-3
CDD 401.41

Testi di Massimo Leone, Antonio Santangelo, Gabriele Marino, Cristina Voto, Marco Viola, Bruno Surace, Remo Gramigna, Gianmarco Thierry Giuliana e Silvia Barbotto.

This publication is part of a project that has received funding from the European Research Council (ERC) under the European Union's Horizon 2020 research and innovation programme (grant agreement No 819649 - FACETS).

FACETS Digital Press, Open Access

Direttore: Massimo Leone

Comitato scientifico: Francesco Barone-Adesi, Anne Beyaert-Geslin, Maria Giulia Dondero, Harald Klinke, Angela Mengoni, Everardo Reyes García, Henri de Riedmatten, Nathalie Roelens.

 Facebook: <https://www.facebook.com/facetsunito>
 Instagram: <https://www.instagram.com/facetsunito/>
 Twitter: <https://twitter.com/FacetsU>
 Youtube: <http://www.youtube.com/c/FacetsERC>
 Website: <http://facets-erc.eu/>
 Email: massimo.leone@unito.it



Indice

Metavolti, volti a metà e volti-meta	4
Massimo Leone	
Il futuro del volto nell'era dei <i>deep fake</i>	18
Antonio Santangelo	
L'ultimo volto del passato	42
Gabriele Marino	
Fungible or Non-fungible Faces?	58
Cristina Voto	
Meta-Maschere	74
Marco Viola	
Il post-valore del volto (o il valore del post-volto?)	90
Bruno Surace	
Soli nel Metaverso	106
Remo Gramigna	
Faccia a Faccia col Metaverso (all'orizzonte)	128
Gianmarco Thierry Giuliana	
Transmedia storytelling, meta-verso(?) e corpi estesi	152
Sivia Barbotto	



Metavolti, volti a metà e volti-meta:

Il destino del viso nella realtà immersiva

Massimo Leone

Introduzione: Fascino e inquietudine

Il metaverso affascina, il metaverso inquieta. Da un lato, risuscita e rivifica antichi sogni, come quello di una trasmutazione completa del corpo in sostanza duttile, eterea, volatile, proteiforme, infinitamente cangiante e trasformabile a piacimento. Le idee di trascendenza del corpo, che i miti e le religioni proiettavano sulle divinità, assumono una cifra digitale: io mi libererò da questo fardello, mi teletrasporterò nello spazio virtuale, mi libererò in volo, mi smaterializzerò e mi rimaterializzerò con un click. Dall'altro lato, è impossibile non collegare questa utopia al suo rovescio: la distopia di un'atmosfera divenuta irrespirabile a causa dell'inquinamento, dei virus, delle radiazioni nucleari. Nel giro di due o tre anni, la crisi climatica, la pandemia, e il conflitto in Ucraina hanno attribuito sfumature di tenebra al sogno di un iperspazio ultradigitalizzato dove muovere l'avatar del proprio corpo, agire, pensare, sentire, incontrare gli avatar degli altri. Assumendo il carattere della necessità e della fuga, il metaverso assomiglia sempre più al nero orizzonte di finzioni fantascientifiche remote, che sembravano prevedere un futuro lontanissimo e invece — scopriamo — parlano del nostro presente.

L'aspetto forse più inquietante del metaverso, tuttavia, non risiede nella sua attuabilità immediata, quanto nei suoi deficit: se, braccato dalle nubi nucleari o dagli sciami di virus o dalle pestilenze biochimiche del pianeta, mi rifugerò in questa sofisticata caverna, chi mi assicurerà del suo funzionamento? Davvero si può affidare il futuro della sopravvivenza della specie a una dimensione che molto ricorda un videogioco infantile e il suo illusorio sentimento di separazione? Cosa ne sarà dei sensi non digitalizzabili, della mia propriocezione, di tutto ciò che il digitale non catturerà perché troppo marginale, come un vecchio articolo accademico in una polverosa rivista; e chi mi assicurerà, poi, che qualcuno o qualco-

sa non venga a un certo punto a spegnere l'interruttore di questo sogno immateriale, lasciandomi nel buio e nell'isolamento?

Riflettere sul metaverso significa prolungare un filone di pensiero critico che da sempre caratterizza la semiotica, dall'effetto di realtà di Barthes ai simulacri di Baudrillard, però vuol dire farlo in un contesto di operatività tecnologica la cui rapidità non ha eguali nel passato; i grandi maestri della semiologia degli anni Sessanta paventavano il distacco del senso dal reale, mentre i loro nipoti contemporanei lo sperimentano sulla loro pelle, inseguendo una chimera digitale che si fa sempre più complessa e mostruosa. Questioni tradizionali, come il rapporto tra arbitrarietà e motivazione nel cammino dei segni, diventano intrattabili man mano che l'orizzonte ontologico della comunicazione si allontana dietro una cortina sempre più spessa di cifrature numeriche. È in questo senso che lo studio del volto nel metaverso attuale o futuribile prende il carattere dell'urgenza, giacché è proprio questa superficie di carne e senso da cui riceviamo il mondo e lo costruiamo nel rapporto con gli altri a essere l'ultimo baluardo della resistenza analogica. La valle del perturbante ne è la misura sempre più esigua, giacché sempre più dai media ci giungono immagini di volti totalmente artefatti eppure sottilmente credibili. Se fino a non poco tempo fa il mio volto mi permetteva di situarmi nel mondo e di controllare l'esistenza di altri membri della specie, adesso la realtà virtuale comincia a spostare la proiezione visiva del mio io — il mio viso — in un altrove poco definibile, dove io agisco come avatar con tale frequenza e intensità da cominciare a perdere il senso del distacco tra me e il mio simulacro, fra il mio invisibile volto di carne e il mio onnipresente volto elettrico; dove il volto altrui, incontrato in un caleidoscopio facciale che pare illimitato, comincia ad assumere contorni sfocati, psichedelici, pieni d'incertezza.

Entusiasmi digitali

L'entusiasmo per la costruzione di un paradiso digitale parallelo non manca. <https://doi.org/10.1016/j.ceh.2022.02.001>, “Expert Consensus on the Metaverse in Medicine”, per esempio, assicura che

through interactions between virtual and real cloud experts and terminal doctors, we will be able to carry out medical education, science popularization, consultation, graded diagnosis and treatment, clinical research, and even comprehensive healthcare in the metaverse.

La telemedicina è certamente una risorsa, ma se si pensa agli ospedali attuali, quelli dell'Italia contemporanea, quelli di una piccola città del meridione, per esempio, il prospetto di costruirne una meta-versione trasmette il sentimento di un caos digitalmente moltiplicato e rifratto, in cui il lemma “terminal”, che l'articolo già citato usa per evocare l'utopia di una perfetta medicina a distanza, torna invece a definire la condizione del malato senza speranza, lontano sia dalle cure virtuali che da quelle reali.

È chiaro che quello che si sta profilando è un nuovo tipo di scrittura, o di design integrato del senso, e che le emozioni vi giocheranno un ruolo centrale, a partire da quella della sorpresa, traducibile nell'esclamazione “guarda dove sono!”. Gli scribi di questa nuova scrittura avranno molto potere, e chi metterà a punto l'illusione migliore avrà presa su una molteplicità di mercati e leve sociali. <https://doi.org/10.1016/j.ijhcs.2022.102791>, “A Design Methodology for Affective Virtual Reality”, promette una nuova efficace metodologia:

We considered different emotional theories in order to implement design elements that allowed a differentiation in the emotional states elicited. The design elements identified following our methodology, which also included the integration of contents from validated affective databases, was then tested on the three dimensions of valence, arousal and dominance.

In effetti il laboratorio per la creazione del metaverso perfetto è appena stato inaugurato, si arricchisce di provette e alambicchi sempre nuovi, ma l'impressione è comunque che le cavie principali siamo noi stessi, e che la riduzione della nostra complessità sia inevitabile affinché questa nuova ruota digitale funzioni.

Nell'attesa che questo mondo virtuale si faccia e venga abitato, il suo mercato viene però già predisposto e ne definisce di fatto i criteri, innanzitutto attraverso l'azione pionieristica di Meta, ma poi anche con l'entusiastico appello alla "reality revolution in marketing", come titola <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.12.084>, "What is Augmented Reality Marketing? Its Definition, Complexity, and Future". Il mercato predispone l'esistente virtuale ma nel contempo lo plasma, dal momento che adesso è l'idea stessa della simulazione a essere venduta, più che un qualsivoglia oggetto simulato. Non è la merce digitale a essere al centro del marketing del metaverso, ma il digitale come merce. Indispensabile per questa operazione è il controllo biotecnologico sul volto, giacché senza faccia digitalizzata, parametrata, virtualmente codificata, il metaverso è una scatola vuota. Esso invece si regge sulla possibilità di costruire volti virtuali emotivamente credibili, come dimostra la recentissima letteratura al riguardo.

"No meta-face, no meta-party", si potrebbe parafrasare, e infatti https://doi.org/10.1007/978-3-030-96068-1_6, "SimuMan: A Simultaneous Real-Time Method for Representing Motions and Emotions of Virtual Human in Metaverse" costruisce il curioso neologismo del

“SimuMan”, che ricorda denominazione latine dell’uomo-scimmia ed è invece un uomo simulato a partire dal volto, con sei facce emozionali ampiamente combinabili per dare vigore e credibilità al mercato del mondo digitale parallelo:

Unlike other studies which usually focus on the representation of either face expressions or body motions, this paper presents SimuMan, a simultaneous real-time method for representing motions and emotions of virtual humans in metaverse.

SimuMan sarà forse migliore e più altruista dei suoi alter-ego non-digitali? Mostrerà più empatia nel volto, e ne raccoglierà di più dal volto degli altri? Per adesso, le voci critiche non concernono ancora aspetti etici, che sfuggono alla quasi totalità degli specialisti, ma falle nella stessa tenuta economico-aziendale del metaverso. https://doi.org/10.1007/978-3-030-96282-1_8, “Demystifying Metaverse as a New Paradigm of Enterprise Digitization”, le reassume bene:

There are some risks and disadvantages posed by metaverse in businesses digital transformation process. For instance, the increase in the number of unemployed; high dependency on the leading platform in the metaverse, and potential costs in transferring and protecting their corporate data in a virtual world.

Giochi infiniti

In effetti, se si eliminano tutti quegli operatori che consentivano alla macchina analogica del lavoro di funzionare, cosa faranno tutti questi esseri umani? E come sarà possibile proteggersi dalla loro accidia? Sembra

profilarsi un orizzonte virtuale in cui pochi ingegneri programmeranno, vi saranno remote zone di produzione delle materie prime e dei derivati — fortemente automatizzate — mentre gran parte della popolazione mondiale sarà in preda a un’inerzia digitale da cui si potrà uscire solo attraverso il gioco o il teppismo. Si ha come l’impressione che la metafora del criceto nella ruota non sia più tale, ma si attagli a perfezione alle nuove tendenze del mercato metaversatile: se prima la gamification cercava di trasformare l’azione sociale in gioco, adesso non si tratta più di gamificare ma di accettare il gioco, quello basato su esperienze videoludiche, come nuovo paradigma della produzione di senso e di valore su scala generalizzata. Educare nel metaverso, per esempio, come suggerisce <https://doi.org/10.3390/su14031361>, implica essenzialmente le modalità più note del videogioco virtuale e aumentato, vero nuovo canone dell’economia meta-versatile: “Survival World; Maze World; Multi-choice World; Racing/Jump World; Escape Room World”; nel meta-capitalismo digitale, forse davvero *Squid Games* sorgeranno ovunque per creare nuove forme di coordinamento sociale, basate su giochi virtuali con effetti reali. Il visore della realtà virtuale condurrà il volto del giocatore dallo spazio virtuale ludico a quello sociale senza una percettibile soluzione di continuità.

In questo ambito non è allora difficile imbattersi in letteratura accademica anche di alto profilo in cui il mondo al di fuori del metaverso sembra assumere il ruolo del genitore che, fastidiosamente, ci chiede di smettere di giocare con i suoi insistenti e noiosi appelli dal di fuori della cornice ludica; l’unica soluzione per evitare questo irritante richiamo alla realtà esterna al metaverso sembra dunque quello di creare una connessione fisica fra il corpo sensoriale e la macchina, come propongono saggi accademici di tutto rispetto, per esempio <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2021.3140175>, “A Metaverse: Taxonomy, Components, Applications, and Open Challenges”:

the continuous development of brain-computer-interface and Neuralink can develop into a form that gives an experience that is difficult to distinguish from reality in the Metaverse (e.g., the method of connecting to the spine from the matrix).

L'innesto della fibra digitale in quella animale è prospettata come soluzione al fastidioso divario fra la simulazione e il mondo, fra il gioco e la realtà, senza alcuna titubanza rispetto all'invasione somatica e semiotica che ciò potrebbe comportare. D'altra parte, se il nuovo paradigma della produzione digitale di valore è il gioco, perché mai non abbracciare con entusiasmo tutte quelle neurochirurgie digitali che ci garantirebbero di non smettere mai di giocare? Negli immaginari neuroludici il volto perde autonomia e diventa pura interfaccia della macchina, non elemento da simulare bensì elemento simulativo, membrana espressiva in cui tradurre in termini visibili e comprensibili le nuove profondità dell'intelligenza artificiale.

In questo quadro, risulta ancora difficile capire se il volto del metaverso riuscirà mai a uscire dalla sua cornice di connotazione fortemente ludica o se, al contrario, sarà questa stessa cornice a inglobare ogni altro meta-volto. Così sembrano suggerire, sia pure indirettamente, studi come <https://doi.org/10.1080/14794713.2021.2024398>, "From Video Streaming to Virtual Reality Worlds: An Academic, Reflective, and Creative Study on Live Theatre and Performance in the Metaverse", in cui si sottolinea come il teatro virtuale e aumentato, incoraggiato dalla triste chiusura delle sale durante la pandemia, continui a connotarsi come essenzialmente ludico, con una forte riduzione antropologica e di genere del teatro quale esperienza artistica ed emotiva; insomma, si ha come l'impressione che qualsiasi volto, transitando nel metaverso, si configuri come volto per un videogioco, indipendentemente da quale ne siano l'origine o la finalità iniziali:

Drawing from the main features previously mentioned, and as an attempt to converge them in an all-encompassing notion, one might define VR theatre as an eminently ludic and participatory as it combines the immediate impact it generates on audiences of a strong gaming alike feeling with the predominance of interactivity as a major feature of this emergent artform.

È lo stesso mercato del metaverso a fornire segnali sempre più evidenti delle nuove continuità e ibridazioni che si generano nel metaverso fra dimensione ludica e ogni altra linea dell'agire umano, a partire da quella economica: è noto che numerose piattaforme videoludiche nel metaverso abbiano il loro sistema di NFT e di tokens, e che questi elementi di proprietà e di valuta virtuali e aumentati non siano isolati ma trasferibili e soprattutto convertibili, in misura tale che molti, come <https://doi.org/10.1016/j.frl.2022.102742>, “The New Crypto Niche: NFTs, Play-to-Earn, and Metaverse Tokens”, vi scorgono un’opportunità per diversificare il portafoglio dei cripto-investimenti:

Traders could diversify their cryptocurrency portfolio with these tokens, and (ii) blockchain companies could consider new blockchain gaming projects to diversify their product portfolios.

Volti non fungibili

Le ricerche di FACETS hanno ripetutamente indicato, con accumulo di prove e dettagli, che la crescente digitalizzazione del volto — un volto viepiù misurato, parametrato, accoppiato con correlati a esso esterni e di solito alieni — ne mette progressivamente a repentaglio la singolarità, che è un dato biologico della specie, probabilmente adattivo, ma che è

altresì divenuto pilastro di moltissime culture sociali del volto, predominanti nella storia e fra i gruppi umani. Mostrare un volto dotato di singolarità e vederla riconosciuta come tale dagli altri pare indispensabile per costituire questa parte del corpo così sensoriale e sensibile quale perno dell'interazione fra membri della specie, un'interazione in cui l'altro non è assimilato a *token* di un *type* ma appercepito e apprezzato nella sua peculiarità, con un gesto cognitivo, emotivo, e pragmatico che non sfozia meramente in curiosità bensì ha la funzione essenziale di scoraggiare l'appropriazione, la reificazione brutale, la violenza. Io ti conosco come viso, e non come faccia, e per questo ti rispetto.

Sempre all'interno delle discussioni del gruppo FACETS si è molto posto l'accento, inoltre, sul fatto che vi siano al contrario tendenze culturali di lunghissimo periodo, si potrebbe dire perfino pancroniche, che si manifestano nelle comunità ogni qual volta gli assetti ideologici portano a escludere determinate categorie di volti dal consesso umano. Quando ciò accade, nel soggiogamento delle altre specie, nei genocidi, nel razzismo, nel machismo, praticamente in ogni pratica sistematica di esclusione e sottomissione, il volto altrui è giustappunto *catturato* come categoria, e le trappole con cui questa presa avviene sono tagliole attorno al volto, reti che lo misurano, lo standardizzano, lo cingono in tipi dell'esclusione, lo trasformano in *token*.

Il rischio di una *civitas digitalis* avanzata, in cui le situazioni e i comportamenti sociali che conosciamo si riversino massicciamente in un modo simulacrale, con corpi e visi ricostruiti digitalmente e in grado di interagire efficacemente fra loro, con connessioni stabili e veloci non al corpo sociale bensì alle sue mere funzioni vitali – un riversamento favorito ma anche retoricamente giustificato dalla pericolosità del mondo esterno e dalla difficoltà crescente di controllarvi il corpo incarnato – potrebbe dar luogo a un progressivo e inesorabile diluirsi della singolarità

del volto, la cui versione disincarnata e arbitrariamente collegata ai sensi e al corpo non avrebbe più ragion d'essere se non appunto come simulacro disincantato, sostituibile o addirittura eliminabile a piacimento, e comunque soggetto a una parametrizzazione totale e continua, senza scarti che possano introdurre un ostacolo alla vendita del volto proprio, all'acquisto del volto altrui, o peggio alla trasformazione del viso dell'altro in faccia-gettone, *face-token* da utilizzare a piacimento senza limiti etici all'imposizione del desiderio proprio sul corpo altrui.

Esisterà allora soltanto una via d'uscita tecnica a questa inflazione della singolarità e alla conseguente svalutazione del volto come moneta per tesaurizzarla, e consisterà nell'adozione massiccia e generalizzata del meccanismo dei NFT, dei gettoni non fungibili, al fine di proteggere e valorizzare i volti esattamente come lo si fa già adesso con le opere d'arte digitale, o con i beni digitali di cui si costruisce e si difende l'esclusività nella rete. Avere un volto significherà allora presentarlo come elemento digitale non intercambiabile, e per ciò stesso circconfuso di un'aura digitale.

Conclusione: Dal meta-volto al volto-meta

Emergeranno tuttavia alcuni inconvenienti. In primo luogo, questa singolarità digitale, o per meglio dire la sua garanzia, sarà essa stessa oggetto di mercato; si comprerà e si venderà a miglior prezzo, con le inevitabili logiche di discriminazione di classe che ne seguiranno; solo ai più scaltri e abili sarà dato di giocare nel Metaverso con un volto proprio e inimitabile, mentre agli altri verrà attribuita una faccia canonica, appropriabile. Vero è che anche nel *cisverso*, ovvero nel mondo dei volti incarnati e incantati, quest'incanto non è gratuito ma si costruisce attraverso tattiche e strategie di distinzione e prestigio, molte delle quali accessibili solo a élite di ogni risma (a cominciare da quella genetica del "bel vol-

to”). Nel mondo infra-digitale del cisverso, tuttavia, il volto è singolare anche perché incontrollabile: per quanto esso possa essere predisposto e predeterminato da sforzi di presentazione e comunicazione, rimane un volto intrinsecamente parte di una testa e di un corpo, soggetto innanzitutto a quell’impellente memento della sua umana condizione che è il decadimento. Il volto non fungibile, invece, non è soltanto un volto la cui singolarità è comunque messa all’asta ma è anche un sembiante che non invecchia, ritratto di Dorian Gray il cui corrispettivo decrepito sarà invece nascosto allo sguardo e al giudizio altrui, imbalsamato nelle piramidi transumane del futuro.

Soprattutto, questo volto non fungibile dovrà la sua libertà alla tecnica, al numero, a un’estrazione digitale d’individualità che sarà poco sostenibile dal punto di vista energetico ma anche poco appagante dal punto di vista semiotico; il volto così contraddistinto sarà unico come un numero primo, solo come un numero primo, cerchiato da un’impenetrabile cortina di cifre, non trasferibile come un assegno, circoscritto di un alone inscalfibile, sì, ma comunque burocratico, una specie di formula individuale del volto che a nessuno sarà rivelata ma che ciononostante avrà il sapore di una bibita globale e zuccherata.

Di fronte a questo scenario distopico ma spacciato per soffusamente ludico, o peggio come rimedio inevitabile a un’atmosfera asfittica, vi sarà una sola forma di resistenza possibile, e consisterà nell’affermare senza indugi il volto motivato, il volto incontrollabile, quello che insieme fragile e incantato popola le strade le piazze e i caffè, il volto che appare davanti agli occhi non nella simulazione bensì nell’incarnazione, persona fatta a immagine e somiglianza di noi stessi, eppure sempre diversa e impenetrabile, non perché dietro una barricata di numeri, ma perché dietro una membrana di pelle e sensi, screzi e baci, battiti di palpebre e giochi d’attore, non metavolto e quindi volto a metà ma volto-meta, finalità ul-

tima dell'umano, volto da ammirare e proteggere in sé, avendolo non come strumento dell'accesso al corpo altrui per soddisfare senza limiti il desiderio proprio, ma come fine senza scopo ulteriore, volto amico.



Il futuro del volto nell'era dei *deep fake*

Antonio Santangelo

Volti “profondamente falsi” e distopie digitali

Da qualche anno, nel nutrito dibattito sui pericoli del digitale, si sente parlare del futuro distopico a cui ci potrebbe condurre la tecnologia dell’Intelligenza Artificiale, applicata alla creazione dei cosiddetti “*deep fake*”. Facendo ricorso alla tecnica del *deep learning* e a quel particolare tipo di reti neurali denominate “GAN” (Generative Adversarial Networks), infatti, è divenuto possibile servirsi di alcune immagini del volto di una persona e di alcuni campionamenti della sua voce, per creare video molto verosimili, in cui costui o costei proferisce parole che, in realtà, non ha mai pronunciato. Oggi, le performance di questi strumenti non sono ancora abbastanza elevate da nascondere l’artificiosità di una simile operazione, relegando i contenuti che così si realizzano nel novero dei prodotti audiovisivi comici o grotteschi, buoni per ridere dell’ipotetico effetto che si genererebbe, se qualcuno dicesse qualcosa di strano e sconveniente, che in circostanze normali non avrebbe mai affermato. Nel peggiore dei casi, alcune star del mondo dello spettacolo hanno visto i loro volti e le loro voci “montati” sui corpi dei protagonisti di video pornografici, per stimolare la fantasia di un pubblico consapevole della finzione, ma desideroso di spingersi oltre i regimi del visibile codificati dall’industria dell’intrattenimento (Surace, 2019). Ma, secondo diversi osservatori¹, questa tecnologia verrà perfezionata velocemente, fino a rendere indistinguibile, a occhio nudo, l’intervento della macchina. Un giorno non troppo lontano, quindi, ognuno potrà avere un meta-volto digitale “profondamente falso” – questa, con una

¹ Si veda, per esempio, <https://www.theguardian.com/technology/2018/nov/12/deep-fakes-fake-news-truth> (ultima consultazione, 1 febbraio 2022). Oppure, <http://jacona.blogautore.espresso.repubblica.it/2019/12/10/la-minaccia-deepfake-quando-non-basta-piu-vedere-per-credere/> (ultima consultazione, 1 febbraio 2022).

piccola licenza, è una delle traduzioni che si potrebbero fornire della locuzione “*deep fake*” – che lo rappresenterà nel panorama mediatico, facendogli potenzialmente perdere il controllo della propria immagine e della presa di parola a partire da essa.

In un’epoca come la nostra, caratterizzata dai grandi cambiamenti al modo in cui comunichiamo, determinati dall’informatica, questo scenario è stato subito accostato all’ormai annoso problema della “post-verità” (Cosentino, 2017; Ferraris, 2017; Lorusso, 2018). Con una visione decisamente “referenzialista”² di ciò che dobbiamo considerare vero nel panorama mediatico e di ciò che, invece, deve essere etichettato come falso, diversi osservatori hanno cominciato a pubblicare affermazioni emblematiche come: «humanity could fall into an era in which it is no longer possible to determine whether the content of a media outlet corresponds to the truth»³. Oppure: «the ability to distort reality has taken an exponential leap forward with “deep fake” technology [...] putting it into the hands of both sophisticated and unsophisticated actors»⁴ (Citron e Chesney, 2019, p. 1753). Il timore, in pratica, è che, nel prossimo futuro, vedremo circolare video i cui protagonisti – personaggi più o meno famosi, leader politici, ma anche noi stessi – diranno e faranno cose di cui nessuno saprà valutare con sicurezza lo statuto di verità. Come affermano Citron e Chesney (op.

2 A grandi linee, la visione “referenzialista” della nozione di verità è quella secondo cui un enunciato è vero se si riferisce a qualcosa che è realmente accaduto.

3 «L’umanità potrebbe ritrovarsi in un’epoca in cui non sarà più possibile determinare se i contenuti dei media corrispondano alla verità», <https://www.aargauerzeitung.ch/leben/digital/wenn-merkel-plotzlich-trumps-gesicht-ragt-die-gefahrliche-manipulation-von-bildern-und-videos-ld.1481742> (ultima consultazione, 1 febbraio 2022).

4 «L’abilità di distorcere la realtà ha fatto un salto esponenziale in avanti con la tecnologia “deep fake” [...] mettendo questa capacità nelle mani di soggetti più o meno raffinati».

cit.), sarà dunque possibile che qualche malintenzionato approfitti della situazione, per diffondere notizie false, distorcere i meccanismi di formazione dell'opinione pubblica, manipolare le campagne elettorali, erodere la fiducia nelle istituzioni o nelle fonti di informazione, esacerbare le divisioni sociali, minare la pubblica sicurezza, rovinare la reputazione di persone o istituzioni, ricattarle, sfruttare indebitamente la loro immagine, eccetera.

Qualche osservatore politico, soprattutto nell'ambito della satira, ha già compreso il potenziale destabilizzante dei *deep fake*, sfruttandolo per fare spettacolo e, allo stesso tempo, per ammonire il proprio pubblico. Questo è quanto è accaduto, per esempio, in una puntata del noto programma televisivo italiano *Striscia la notizia*, quando un finto Matteo Renzi ricostruito al computer, apparentemente inconsapevole di essere mandato in onda, è stato mostrato mentre, con una mimica facciale affettata ma credibile e una sincronizzazione perfetta tra il movimento delle labbra e le parole pronunciate, diceva quello che pensava dei suoi ex alleati e del presidente della Repubblica, offendendoli, dopo avere provocato una crisi di governo⁵. Ma episodi del genere si sono verificati anche negli Stati Uniti, dove l'attore comico Jordan Peele, su BuzzFeed, ha prodotto e diffuso un video in cui Barack Obama apostrofava pesantemente Donald Trump⁶.

5 https://www.striscialanotizia.mediaset.it/video/il-fuorionda-di-matteo-renzi_59895.shtml (ultima consultazione, 1 febbraio 2022).

6 <https://www.youtube.com/watch?v=cQ54GDm1eLO> (ultima consultazione, 1 febbraio 2022).



Figura 1 – Deep fake sui personaggi politici

In queste occasioni, gli autori dei *deep fake* si sono premurati di dichiarare apertamente la natura artificiosa delle loro opere, ma qualche sociologo, come Vaccari e Chadwick (2020), conducendo esperimenti e interviste sul campo, ha cominciato a indagare quali potrebbero essere le conseguenze della diffusione incontrollata di questo genere di contenuti, sia nel caso in cui i destinatari fossero effettivamente consapevoli della loro falsità, sia in quello in cui ne rimanessero all'oscuro, e la conclusione conferma le paure di cui si è scritto sopra: in effetti, la fiducia generale nei mezzi di informazione, oggi già piuttosto bassa, calerebbe ulteriormente, la capacità di prendere una posizione razionale nel dibattito pubblico diminuirebbe, aumenterebbe il fenomeno della chiusura all'interno delle bolle di filtro (Pariser, 2012), si acuirebbe il problema della polarizzazione delle opinioni e, più in generale, verrebbe minato alla radice il buon funzionamento della sfera pubblica (Habermas, 1962).

Volti un po' meno falsi e utopie digitali

Avremo modo di tornare sulle problematiche sollevate dagli osservatori critici dei *deep fake*. Adesso, però, può essere utile sottolineare che, come spesso accade, quando ci si riferisce alle grandi potenzialità del digitale, molti – spesso addirittura gli stessi che ne vedono i pericoli – evidenzia-

no anche i grandi benefici che queste tecnologie potrebbero apportare. È questo il caso dei già citati Citron e Chesney, che sostengono che i video “falsi” ma verosimili di persone che dicono qualcosa che non hanno mai affermato potrebbero tornare utili in molti campi. Per esempio, nel settore dell’educazione, dove si potrebbero creare documentari storici in cui Giulio Cesare – per citare un personaggio a caso –, con il suo “vero” volto, ricostruito a partire dalle immagini delle statue che lo effigiano, potrebbe illustrare le vicende che lo riguardano, in una maniera che risulterebbe molto coinvolgente per gli studenti, soprattutto per i più giovani. Oppure, nella comunicazione sociale, dove si potrebbe tentare di far passare messaggi positivi, facendoli pronunciare a personaggi molto amati ma scomparsi, come il presidente della Repubblica Sandro Pertini in Italia o il mahatma Gandhi in India. Oppure, ancora, in ambito politico, consentendo a candidati o rappresentanti del popolo che non hanno materialmente il tempo di registrare certi contenuti e di rivolgersi ai propri elettori, o che non conoscono la loro lingua – come nel caso dei migranti con diritto di voto –, di farlo fare ai loro alter ego digitali, che così prenderebbero in carico i loro discorsi e i loro valori, diffondendoli efficacemente.

Citron e Chesney, naturalmente, citano anche il mondo degli effetti speciali cinematografici, dove già da tempo è possibile “riesumere” attori deceduti, ricreando al computer la loro immagine. Ma si potrebbero pensare molte altre applicazioni di questo genere, per esempio di stampo tanatologico, in cui i cari estinti si rivolgano attraverso un video a chi è rimasto in vita e desidera mantenere un contatto con loro⁷. Oppure, sulla scia di quanto scrive Turkle nel suo *Life on the screen. Identity in the Age of In-*

7 Qualcosa di simile, anche se non legato al mondo dei *deep fake*, si può trovare tra gli esempi che riporta Davide Sisto nel suo *La morte si fa social* (2018), a proposito delle pratiche che già oggi portiamo avanti, per coltivare il ricordo dei morti, utilizzando Internet.

ternet (1995), si potrebbe immaginare di produrre avatar che, col nostro volto, dicano o facciano pubblicamente cose che noi vorremmo dire o fare, ma che non ci sentiamo in grado di mettere in atto direttamente, magari perché siamo timidi, oppure per motivi più profondi. In questo modo, realizzando i dettami della cosiddetta “filosofia del come se” (Vaihinger, 1911), potremmo sperimentare l’effetto di tutto ciò su chi ci guarda, con tutte le conseguenze psicologiche, spesso benefiche, che questo comporterebbe.

Tutti questi esempi appaiono significativi in un’ottica diversa, rispetto a quella di chi ritiene i *deep fake* qualcosa di “profondamente falso”. In questi casi, infatti, si ragiona sul fatto che i contenuti di questi video, seppure non etichettabili come “veri” da un punto di vista strettamente referenziale⁸, sarebbero tali sotto un altro aspetto: perché comunicherebbero nozioni storiche verificate, messaggi dalla comprovata utilità sociale, concetti che i politici desidererebbero davvero condividere con i loro elettori, pensieri che i propri cari estinti erano soliti esternare e che, effettivamente, li contraddistinguevano quando erano in vita, idee o gesti che si vorrebbe ascrivere a sé perché ci si crede e, nel caso degli attori riesumati dal computer, movenze ed espressioni che essi hanno realmente prodotto in passato, ma per altri film⁹. Insomma, a qualcuno appare possibile che i *deep fake* veicolino anche qualche forma di verità e allora, in questi casi, forse li si dovrebbe denominare in maniera diversa, magari come *soft fake*, o qualcosa di simile.

Questo genere di riflessioni dimostra, una volta di più, come il digitale venga spesso rappresentato come una sorta di “farmaco” per il nostro modo di vivere, che può risolvere molti problemi e migliorare la nostra

8 Non documenterebbero, infatti, qualcosa che è realmente accaduto di fronte a una telecamera.

9 La tecnologia dei *deep fake*, infatti, attinge da immagini già esistenti dei soggetti che rappresenta.

esistenza, ma che, se utilizzato male, può anche “avvelenarci”. Un po’ come avveniva ai tempi dell’esplosione della cultura di massa, quando si contrapponevano gli “apocalittici” e gli “integrati” (Eco, 1964), allo stesso modo, oggi, c’è chi immagina un futuro distopico, in cui il prodotto raffinato delle reti neurali e dell’Intelligenza Artificiale sfuggerà al nostro controllo, procurandoci gravi danni, e chi, invece, pensa esattamente l’opposto, coltivando visioni utopiche in cui le medesime tecnologie contribuiranno a una migliore circolazione della verità e ci aiuteranno a realizzarci.

La questione della verità nelle società mediatizzate

Poiché può apparire strano che i deep fake vengano allo stesso tempo inquadrati come qualcosa di profondamente falso e inquietante, ma anche come potenziali veicoli di benefiche, seppure un po’ particolari, verità, può essere utile interrogarsi su come si stabilisce ciò che è vero e ciò che non lo è, nelle società fortemente mediatizzate come la nostra. A grandi linee, possiamo dire che, quando guardiamo un video in cui qualcuno esprime le proprie posizioni su qualche tema o compie delle azioni, non abbiamo mai la certezza che ciò che vediamo sia vero in termini referenziali, poiché i contenuti delle immagini potrebbero essere stati manipolati da chi le ha prodotte. Per essere certi che questo non sia avvenuto, avremmo dovuto essere presenti al momento della registrazione o della realizzazione delle immagini stesse. Ma, come è ovvio, i media esistono per mediare, cioè per stare in mezzo tra noi e la realtà, consentendoci di mostrare, dire, vedere o sentire cose che, altrimenti, ci sarebbero precluse, vista l’impossibilità di trovarci sempre con i nostri interlocutori, nel luogo e nel momento in cui viene realizzato l’atto di comunicazione che rivolgiamo loro o che ci viene rivolto.

Ciò che ci sembra vero in un video, quindi, ci appare tale non per una sua aderenza al reale che non possiamo dimostrare, ma per una serie di altre ragioni. Innanzitutto, per via di alcuni effetti di senso linguistici che, in semiotica, si definiscono “veridittivi” (Greimas e Courtes, 1979-2007, pp. 377-379), cioè derivanti dal fatto che, nelle immagini, nel sonoro e nel montaggio, riconosciamo alcuni segni che fanno parte del codice che tutti quanti utilizziamo per poter affermare che in un prodotto audiovisivo, per l'appunto, “si dice il vero”. Tra questi, sicuramente, la sincronizzazione tra le labbra di chi parla e il suono delle sue parole è fondamentale, così come l'espressività del volto e la coerenza tra le sue espressioni e ciò che viene detto: tutti elementi che la tecnologia alla base dei *deep fake* sembra in effetti in grado di tenere sotto controllo. Ma poi ci sono altri fattori. È fondamentale, infatti, la verosimiglianza di ciò che si vede nel video, che è legata a una serie di conoscenze pregresse di chi lo deve interpretare (Eco, 1979). Queste nozioni generano delle aspettative, che, per esempio, fanno sì che in una certa situazione ci si attenda che qualcuno possa o non possa pronunciare certe parole, oppure che, sapendo ciò che una persona è solita dire o fare, si reputi o non si reputi possibile che si comporti diversamente, nelle circostanze in cui la si osserva agire. Gli autori dei *deep fake* possono controllare solo parzialmente questa dimensione, magari riproducendo certe idiosincrasie stilistiche, certi tic verbali o fisici di un individuo, oppure giocando sul fatto che – poniamo il caso – sia del tutto attendibile che un politico conservatore prenda posizione a favore della polizia che reprime manifestazioni di dissenso, anche se in realtà quest'ultimo non si è effettivamente espresso in questa direzione. Ma, a questo livello, ciò che determina il giudizio di verità del destinatario di un video è un insieme complesso di competenze culturali molto difficili da tradurre in immagini e parole. Inoltre, se anche

ci si riuscisse, ci sarebbero ancora le verifiche e i controlli che ognuno è solito compiere, andando a vedere se anche gli altri reputano veri certi contenuti. In questo senso, nel suo libro sul problema della verità nel sistema dei media contemporaneo, la semiologa Lorusso afferma che: «la verità è discorso; la verità è una possibile bugia; la verità è una storia convincente; la verità è accordo» (op. cit., p. 101).

Quanto scritto fin qui è valido per qualunque tipo di prodotto mediatico. Ma, nell'ambito dei *deep fake*, può essere utile per comprendere meglio le paure e gli entusiasmi che questi ultimi suscitano. Infatti, poiché lo statuto di verità di ciò che si afferma al loro interno non è decidibile in termini referenziali, è comprensibile la preoccupazione di chi teme che la proliferazione di contenuti audiovisivi falsi ma verosimili possa creare problemi, inficiando i meccanismi di formazione dell'opinione pubblica in ambito politico, ma anche insidiando la serenità dei singoli individui, che potrebbero vedere messa in discussione la propria parola in qualsiasi momento, a causa, magari, di un video che li raffigura in circostanze compromettenti, nelle quali, in realtà, non si sono mai trovati. Se non è dimostrabile oggettivamente che ciò che si vede e si sente in una certa sequenza è falso, il lavoro necessario per farlo in altro modo può rivelarsi oneroso e non è detto che ci si riesca. Allo stesso tempo, però, se la "verità" di alcune immagini e di alcuni suoni, nonché la forza di convincimento e di coinvolgimento che deriva loro dal fatto di essere riconosciute come "vere", non dipendono dal riprodurre qualcosa che è realmente successo, ma solo dal fornire l'impressione che lo facciano, o dall'eventualità che si colleghino in maniera logica e coerente con tutta una serie di discorsi che vengono generalmente creduti, allora ci si può sentire anche rinfanciati, sapendo che si può contribuire attivamente, in una maniera anche creativa, alla costruzione delle convinzioni delle persone sul modo di funzionare del mondo, nelle nostre società mediatizzate.

Un caso emblematico

Un esempio interessante, per approfondire il significato della nozione di verità mediatica di cui si è scritto sopra, è fornito proprio dalla letteratura sui *deep fake*, in cui si parla spesso dell'attrice Scarlett Johansson, caduta vittima di qualche malintenzionato, che ha diffuso video pornografici di cui lei sembrava essere la protagonista¹⁰. Interrogata su come ci si possa difendere da questo genere di attacchi, la star del cinema ha affermato che lei non avrebbe fatto nulla per far rimuovere dalla rete questi contenuti, perché sarebbe stata protetta dalla sua immagine pubblica¹¹.

Dietro a questo ragionamento, c'è sicuramente la convinzione che lo statuto di verità di quelle sequenze a sfondo sessuale non si potesse decidere in termini referenziali, un po' perché chi le guardava non avrebbe mai potuto sapere se davanti alla telecamera ci fosse stata davvero Scarlett Johansson, un po' perché quest'ultima non avrebbe mai diffuso immagini del suo corpo nudo, per dimostrare che quello collegato al suo volto nei video pornografici non appartenesse effettivamente a lei. Il giudizio si sarebbe dunque dovuto basare su qualcos'altro. Innanzitutto, come si è scritto sopra, riflettendo sul fatto che, come nel caso di tutti gli atti di comunicazione incentrati sull'utilizzo di un linguaggio – in questo frangente, di quello audiovisivo –, ci si trovava di fronte a oggetti di natura testuale che rimandavano a qualcosa che poteva essere accaduto veramente, ma che non era lì, davanti agli occhi di tutti: per questo, riprendendo le parole di Lorusso, ciò che vi si vedeva poteva benissimo essere una bugia. Forti di questa convinzione, ci si sarebbe dovuti rendere conto del fatto che

¹⁰ <https://it.wikipedia.org/wiki/Deepfake> (ultima consultazione, 1 febbraio 2022).

¹¹ <https://www.washingtonpost.com/technology/2018/12/31/scarlett-johansson-fake-ai-generated-sex-videos-nothing-can-stop-someone-cutting-pasting-my-image/> (ultima consultazione, 1 febbraio 2022).

qualcuno stava cercando di dire qualcosa su Scarlett Johansson, stava costruendo un discorso su di lei, tentando di far passare una narrazione ben precisa. A quel punto, sarebbero divenuti significativi tutti gli altri discorsi e tutte le altre narrazioni che, sull'attrice, circolavano ed erano sempre circolati nel panorama mediatico: confrontandoli con quelli dei *deep fake*, ci si sarebbe potuti rendere conto della falsità dei contenuti di questi ultimi.

Il volto mediatico e i *deep fake*

Un ragionamento simile a quello legato al caso di Scarlett Johansson si potrebbe portare avanti per le minacce all'immagine dei politici, tanto temute, come si è visto, dai detrattori della tecnologia alla base dei *deep fake*. Anche i rappresentanti del popolo, infatti, come tutti i personaggi famosi, sono produttori e oggetto di discorsi e narrazioni che vengono condivisi con l'opinione pubblica. Spesso, tornando alle categorie di Lorusso, accade che ciò che essi dicono venga tacciato di essere menzognero. Ma, una volta che un certo modo di rappresentare mediaticamente la loro figura, le loro opinioni e le loro azioni si attesta, diventa difficile modificarlo con video come quello, citato sopra, di Jordan Peele, in cui Barack Obama apostrofa in maniera offensiva i suoi avversari, poiché tutti hanno un'idea molto diversa del modo in cui quest'ultimo parla e fa politica.

L'esempio dei politici, comunque, è particolarmente interessante, per riflettere sui *deep fake* e la costruzione della verità, nell'attuale sistema dei media. Più nello specifico, è utile per approfondire il ruolo del volto nella formazione dell'opinione pubblica. In generale, si può partire osservando che quando il rappresentante di un partito vuole affermare con forza qualcosa in cui crede, si dice che egli ci "metta la faccia". Il viso, infatti, è uno degli elementi del corpo umano più significativi, per determinare l'identità di una persona e, in questi casi, metterlo a garanzia di

quel che si pensa o si fa, vuol dire sottolineare come ci si identifichi con tutto ciò. Allo stesso tempo, se le convinzioni da cui derivano i discorsi e le scelte di un politico si rivelano sbagliati, dimostrandosi – nei termini in cui si sta riflettendo in questo articolo – “falsi”, poiché non aderiscono al reale e non tengono alla prova dei fatti, si suole affermare che il politico stesso “perda la faccia”. Tutto questo non è rilevante solo in termini metaforici, tanto è vero che chi fa politica è consapevole dell’importanza di mostrare bene il proprio volto, nei momenti in cui si rivolge solennemente ai propri elettori o compie gesti eclatanti.

In questo senso, il fatto che nei *deep fake* sia possibile manipolare il viso di chiunque, servendosene per far passare messaggi di ogni tipo, può essere, in effetti, allarmante. È necessario, però, comprendere bene la natura del volto dei personaggi politici, che non è, banalmente, solo quello materiale che può essere ripreso da una telecamera. Citando ancora le categorie di Lorusso, esso è, piuttosto, l’effetto di un discorso narrativo condiviso con i propri elettori. Per comprenderlo meglio, si può osservare l’immagine nella figura 2, dove campeggia il viso di un candidato alle elezioni, che si rivolge direttamente a chi lo deve eleggere, come a sostenere orgogliosamente la propria causa. Se la si osserva bene, però, si nota che la faccia di quest’uomo è costituita da tante altre piccole facce, quelle di coloro che egli ha sempre rappresentato, i quali lo considererebbero, come recita lo slogan, “uno di loro”. Evidentemente, ciò che li unisce, negli intenti di chi ha costruito questa campagna, è la comunanza di valori, di visione e lettura della realtà: la convinzione, in pratica, che ci siano solo alcuni discorsi “veri” su come va il mondo e su come esso debba andare, cioè i loro, quelli che essi condividono con il proprio rappresentante. L’identità di queste persone dipende, quindi, da quei discorsi, che, in un certo senso, si proiettano sui rispettivi volti, determinandone il significato.

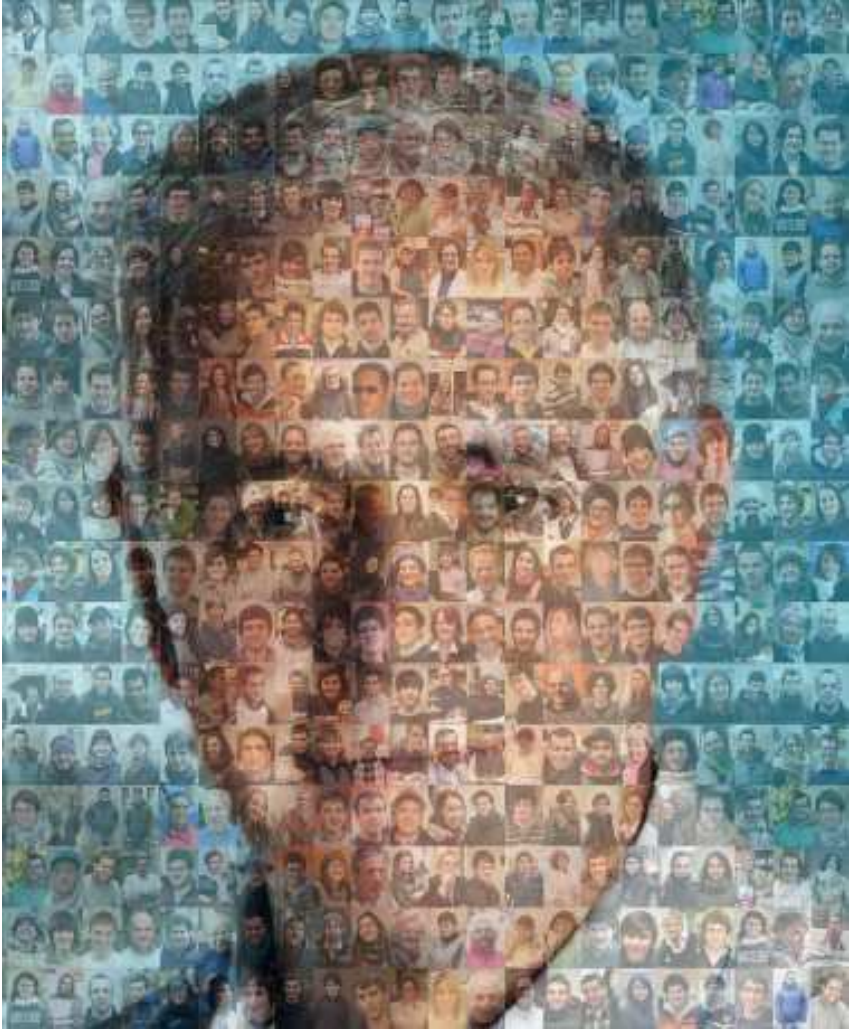


Figura 2 – Il volto di un politico

Il volto di un politico, dunque, è piuttosto un “meta-volto”, fatto di qualcosa di impalpabile, ma allo stesso tempo decisamente reale, come i segni, i discorsi e le narrazioni condivisi, che circolano nel sistema dei media, a proposito del politico stesso e di chi lo vota (Santangelo, 2014).

Manipolarlo coi *deep fake* è sicuramente possibile, ma, come si è sostenuto più volte sin qui, è un'operazione che va molto al di là del semplice sviluppo di una tecnologia in grado di riprodurre il viso di una persona che dice cose che, in realtà, non ha mai detto.

Verità macchiniche e verità umane

Scarlett Johansson, però, nelle sue interviste sui pericoli dei *deep fake*, si è detta preoccupata per la gente comune, che non sarebbe altrettanto protetta dalla propria immagine pubblica quanto le persone famose come lei. Alla luce della quantità di informazioni reperibili su Internet a proposito di chiunque, questa affermazione appare criticabile. Ognuno, infatti, nei suoi profili social, costruisce una rappresentazione di sé con la quale un video falso e compromettente dovrebbe giocoforza confrontarsi. Ma anche chi non è solito servirsi di questi strumenti avrebbe comunque una reputazione, determinatasi a partire dai discorsi e dalle narrazioni su di sé, fatte circolare personalmente o dagli altri, nel contesto in cui vive. Eppure, come la nota star di Hollywood di cui qui si è scritto, molti osservatori del fenomeno dei *deep fake* sono convinti che questo non basterebbe e che l'unica soluzione per rimediare alla minaccia incombente di questa tecnologia sarebbe di dotarsi di altri mezzi informatici, capaci in vario modo di smascherare l'inganno¹² e di garantire per chi, malauguratamente, dovesse averne bisogno. In pratica, dovremmo tutti fare ricorso a una sorta di "giudizio di verità" derivante dalle macchine.

Questo modo di pensare è tipico di una parte rilevante degli studiosi del fenomeno contemporaneo della cosiddetta "post-verità", a cui qui si è già fatto riferimento, vale a dire della circolazione inarrestabile, nel

12 Tramite la blockchain o per mezzo di algoritmi di analisi delle immagini.

sistema dei media – il più delle volte a partire da Internet –, di contenuti falsi od opinabili, che contribuiscono pesantemente a determinare le convinzioni di noi tutti, a proposito della realtà che ci circonda. Secondo molti, questo problema deriverebbe in parte dalla diminuzione dell’auto-revolezza delle fonti di informazione tradizionali, ma sarebbe soprattutto il frutto della disintermediazione provocata dal web, che farebbe venire meno quel filtro tra noi e il sapere, tra noi e i discorsi su ciò che è vero e ciò che è falso nel mondo in cui viviamo, che un tempo sarebbe stato garantito da mezzi di comunicazione meno invasivi, istantanei e personalizzati, come i giornali, i libri, la radio o la televisione. Poiché, secondo i sostenitori di queste teorie, questa forma di mediazione, oggi, si sarebbe decisamente affievolita, per evitare di cadere vittime di menzogne e falsità, una delle strade principali sarebbe quella di servirsi di potenti software, magari dotati di qualche genere di intelligenza artificiale, capaci di garantire sull’affidabilità dei contenuti che consultiamo.

In effetti, la disintermediazione è anche al centro delle preoccupazioni dei critici dei *deep fake*, che, come Citron e Chesney, scrivono che: «Harmful lies are nothing new. But the ability to distort reality has taken an exponential leap forward with “deep fake” technology»¹³ (op. cit., p. 1753). E poi aggiungono: «Twenty-five years ago, the practical ability of individuals and organizations to distribute images, audio and video (whether authentic or not) was limited [...] For better or worse, relatively few individuals or entities could reach large audiences in this few-to-many information distribution environment. The information revolution has disrupted this content distribution model»¹⁴ (*ibidem*, p. 1764). In-

13 «Le menzogne nocive non sono nulla di nuovo. Ma l’abilità di distorcere la realtà ha fatto un passo avanti esponenziale con la tecnologia dei “*deep fake*”».

14 «Venticinque anni fa, la capacità degli individui o delle organizzazioni di distribuire immagini, audio e video (sia autentici che falsi) era limitata [...] Giusto o sbagliato che fosse, erano relativamente poche le persone o le istituzioni

somma, la paura di chi la vede in questo modo è che il web abbia creato le condizioni per una diffusione inarrestabile di contenuti falsi come quelli dei *deep fake* e, tra le soluzioni a questo tipo di problema, una delle forme di difesa più efficaci sarebbe quella informatica¹⁵.

In realtà, per smascherare le menzogne nell'epoca della post-verità, secondo molti altri osservatori, più che al mezzo meccanico, sarebbe necessario far ricorso alla cosiddetta "intelligenza collettiva" (Lévy, 1994) e alla "cultura convergente" (Jenkins, 2006) di tutti i cittadini. Realizzando appieno l'idea di Lorusso di cui si è scritto sopra, della verità come una forma di accordo tra le persone, queste ultime si dovrebbero confrontare, condividendo le proprie competenze, per decidere insieme ciò a cui si può credere e ciò che, invece, è da guardare con diffidenza. Chi la pensa in questo modo, di solito, vede la disintermediazione portata dal web come qualcosa di positivo (Turner, 2006; Baricco, 2018), che non dovrebbe essere ingabbiato da una nuova forma di intermediazione algoritmica, come quella dei software che riconoscerebbero le *fake news* o le falsità dentro un video che circola in rete. Piuttosto, questa caratteristica della comunicazione contemporanea dovrebbe essere ulteriormente implementata, perché spingerebbe ognuno di noi ad affinare le proprie competenze e la propria consapevolezza, circa il modo di costituirsi della "verità", nel mondo in cui viviamo.

Di sicuro, questa è la posizione del Ministero della Pubblica Istruzione italiano, che, nel 2017, ha lanciato una campagna di sensibilizzazione dei giovani al problema delle *fake news*, suggerendo ai ragazzi delle scuole di attivarsi per utilizzare, appunto, le forme di intelligenza collettiva e di cultu-


che potevano raggiungere un grande pubblico, in un ambiente in cui l'informazione veniva distribuita secondo il modello da pochi a molti. La rivoluzione digitale ha radicalmente cambiato questo modello di distribuzione».

15 <https://www.media.mit.edu/projects/detect-fakes/overview/> (Ultima consultazione, 1 febbraio 2022).

ra convergente a cui hanno accesso grazie a Internet, per non cadere vittime di menzogne ed errori, come si vede nel decalogo riportato nella figura 3.

DECALOGO #BASTABUFALE

- 1. CONDIVIDI SOLO NOTIZIE CHE HAI VERIFICATO.**
Chi mette in giro notizie false, e magari trae anche guadagno dalla loro circolazione, conta sul nostro istinto a condividerle, senza rifletterci troppo. O sul fatto che siamo portati a credere che una notizia sia vera solo perché ci arriva da qualcuno che conosciamo. Se non ci assicuriamo che una notizia sia vera prima di condividerla, però, contribuamo alla circolazione incontrollata di informazioni false, che possono anche creare rischi per la società e diventare pericolose per le persone. Perciò non condividere se prima non hai verificato, resisti alle catene e non farti imbrogliare.
- 2. USA GLI STRUMENTI DI INTERNET PER VERIFICARE LE NOTIZIE.**
Cerca informazioni su chi è che pubblica e diffonde ogni notizia, verifica se si tratta di una fonte autorevole o meno. Guarda bene il nome del sito che pubblica la notizia che stai leggendo: magari è una storpiatura o la parodia di un sito più famoso, pensata per ingannarti. Controlla l'autenticità e la data delle foto usando i motori di ricerca: magari la foto è vera, ma riferita a un altro evento passato. Ricorda che sui social puoi sempre controllare il giorno e l'ora in cui un video è stato caricato. Cerca la fonte originale di una notizia scrivendo su un motore di ricerca, fra virgolette, un nome di persona o di luogo citato dalla notizia. Cerca quel nome anche sui siti antifurto e sui siti autorevoli (per esempio quelli di giornali e TV di qualità). Guarda se il profilo social di chi pubblica la notizia ha il bollino di autenticità. Bastano pochi clic per fermare una bufala.
- 3. CHIEDI LE FONTI E LE PROVE.**
Controlla sempre la provenienza di ogni notizia: chi la pubblica e come la presenta. Guarda se la notizia indica bene le fonti dei dati, le date e luoghi precisi in cui avvengono i fatti. Se non lo fa, forse la notizia è falsa o sbagliata. Chiedere le fonti a chiunque è un tuo diritto: fallo valere. Chi non ti risponde ha probabilmente qualcosa da nascondere e non merita la tua fiducia.
- 4. CHIEDI AIUTO A UNA PERSONA ESPERTA O A UN ENTE DAVVERO COMPETENTE.**
Internet è piena di utenti che credono o fingono di sapere tutto. E anche i giornalisti a volte possono sbagliare. Controlla se chi pubblica una notizia è realmente competente in materia, cerca degli esperti fra chi conosci, su Internet o fuori da Internet, a cui chiedere conferme indipendenti.
- 5. RICORDA CHE ANCHE INTERNET E I SOCIAL NETWORK SONO MANIPOLABILI.**
La Rete è una grande opportunità, un importante strumento di conoscenza, ma vi operano tante organizzazioni e tanti truffatori che usano strumenti informatici potenti per creare eserciti di follower e Like finti e per seminare notizie false che generano soldi o manipolano le opinioni. Non fidarti di chi non conosci: soltanto perché ti piace quello che dice, non è detto che dica la verità.
- 6. RICONOSCI I VARI TIPI E GLI STILI DELLE NOTIZIE FALSE.**
Sono in tanti a pubblicare notizie false o manipolate, intenzionalmente o per errore: complottisti, bufalari per denaro, burtoni, gente in cerca di fama, pubblicitari scorretti, propagandisti, provocatori e semplici utenti incompetenti. Spesso li puoi riconoscere perché usano titoli drammatici e allarmisti, scrivono con tanti punti esclamativi, dicono cose esagerate o incredibili o hanno pagine confuse e piene di pubblicità.
- 7. HAI UN POTERE ENORME: USALO BENE.**
Il tuo clic, il tuo Like, la tua condivisione possono diventare denaro per i fabbricanti di notizie false: ricordalo ogni volta. Ma soprattutto ricordati che diffondere o condividere una notizia falsa può avere conseguenze pesanti: potresti spaventare, diffamare, umiliare, istigare odio e violenza o creare angoscia inutile. E una volta messa in giro, una menzogna non si ferma più.
- 8. DAI IL BUON ESEMPIO: NON LAMENTARTI DEL BUIO, MA ACCENDI UNA LUCE.**
Crea anche tu, magari con gli amici, una pagina social, un blog, un sito per segnalare le notizie false che hai scoperto e mostrare come le hai smascherate. Ispirati allo stile di chi fa buon giornalismo. Aiuterà te e chi ti legge a capire come e perché nasce una notizia, come la si racconta bene e come la si critica, senza strillare o insultare. Sarà la tua palestra di giornalismo e sarà visibile nei motori di ricerca per aiutare gli altri a non farsi ingannare dalle bufale.



In collaborazione con:
RAI, RAI, CONSUMATORI, Google, Facebook, IED

Figura 3 - Il decalogo #bastabufale

Certamente, questo lavoro di “*debunking*” e di “*fact checking*” richiede tempo e non è facile, soprattutto se uno dei parametri con cui valutare la veridicità dei discorsi che ci si vede rivolti è quello enunciato al punto 6, vale a dire il fatto di trovarsi di fronte a «titoli drammatici o allarmisti», con parole che «dicono cose esagerate o incredibili». Sicuramente, queste caratteristiche si trovano anche all’interno dei *deep fake*, come si è visto negli esempi riportati sopra (Obama che apostrofa Trump, Renzi che dileggia i suoi ex alleati), ma non si può negare che anche molta stampa “ufficiale” e, in teoria, attendibile, utilizzi sempre più spesso questo stile informativo, come si può osservare nella figura 4.

La vita agrodolce della Raggi

Patata bollente

La sindaca di Roma nell'occhio del ciclone per le sue vicende comunali e personali. La sua storia ricorda l'epopea di Berlusconi con le Olgettine, che finì malissimo

Un milione di euro in dieci mesi
Baby Casaleggio trova il modo di farsi pagare dai grillini

di MARCO SUTTORA a pagina 2



di VITTORIO FELTRI
 Ci risiamo con le patate bollenti. Alzarsi ogni venerdì ha

Mani mica tanto pulite
L'arma segreta di Davigo
esca dai casseti

di DINO COFRANESCO

Il primo Congresso per il 25° anniversario di Mani Pulite, si è svolto al Palazzo di Giustizia di Milano in un'Aula Magna monumentale. Intervenendo il Sindaco Di Pietro e Piercamillo Davigo, Presidente dell'Associazione Nazionale Magistrati. Si tratta di una novità, si sarebbe detto un tempo, quando ogni tanto capitava di rendere grazie. E di nuovo facendo una sentenza. L'ultima, in questo caso, sono parole dell'Imbarco C'Intesa Angelo Giuseppe Borella, sindaco Giovanni XXIII, le pronuncia quando sorge che Benito Mussolini era stato destituito il 25 luglio 1943. Si fa così il mago, componere parole: si dice un'altra locuzione latina, per dire che la fine del fascismo è ben altra cosa del malinconico vicentino, del pool di Mani pulite. E tuttavia, oltre Mussolini destituito da Giuliano, così i giudici di Milano scovano a pezzi l'Anka della Prima Repubblica, contrappeso all'otto uno dei suoi più intellettuali e



Personale Davigo

Figura 4 – Stili di comunicazione “estremi” della stampa contemporanea

In generale, comunque, a sostegno di questa posizione più “umanistica”, volta a incoraggiare il controllo, per l'appunto, “umano” delle verità che circolano sui media, si possono citare i cinque criteri che Lorusso (op. cit., p. 131), riprendendo Eco (2016), suggerisce di utilizzare, per contrastare la diffusione del fenomeno della post-verità: quello pragmatico, dell'universo di discorso, della competenza implicita, della coerenza interna e comunitario. In pratica, quando ci si domanda come si dovrebbe interpretare un contenuto mediatico che potrebbe essere falso, come quello dei *deep fake*, si deve tenere conto del fatto che la verità, non solo quella mediatica, è qualcosa che si cristallizza negli “abiti” delle persone, nelle loro conoscenze sedimentate e utilizzate di consueto per assegnare

un senso al mondo. Dunque, quando ci si vede rivolte affermazioni che contrastano con tutto questo, si deve dubitare e ci si deve domandare se chi le enuncia abbia le competenze per farlo, oppure si deve andare a vedere se la comunità che possiede tali competenze concordi con questi contenuti o sull'interpretazione che vi si deve assegnare. Infine, ci si deve chiedere quanto certe affermazioni siano coerenti con l'apparato di saperi consolidati, a proposito di ciò a cui si riferiscono o del soggetto che le formula, perché a volte la novità e l'inaspettato producono un avanzamento nella conoscenza della realtà, ma molto più spesso si rivelano insufficienti per modificare le nostre convinzioni circa il funzionamento complessivo di quest'ultima.

Tutte queste considerazioni, forse, ci consentono di mettere in una luce diversa le preoccupazioni circa i pericoli dei *deep fake*. È vero, infatti, che questo genere di contenuti può porre in discussione il nostro modo di vedere cose e persone, ma deve interagire con un apparato mediatico, di conoscenze e di relazioni umane che ne può anche attutire gli effetti. Ciò che andrebbe sviluppato per contrastare il dilagare di menzogne e falsità, dunque, più che i software o le censure, dovrebbe essere la capacità delle persone di utilizzare Internet e tutte le risorse informative a propria disposizione, per diventare sempre più capaci di fare ricorso a criteri logici e di buon senso come quelli di Lorusso o come tutti gli altri di cui si è scritto in queste pagine.

Bibliografia

Baricco A., 2018, *The game*, Einaudi, Torino

Citron D. K., Chesney R., 2019, *Deep Fakes: a Looming Challenge for Privacy, Democracy and National Security*, Scholarly Commons at Boston University School of Law, pp. 1753-1820

Cosentino G., 2017, *L'era della post-verità. Media e populismi dalla Brexit a Trump*, Imprimatur, Reggio Emilia

Eco U., 1964, *Apocalittici e integrati. Comunicazioni di massa e teorie della cultura di massa*, Bompiani, Milano

Eco U., 1979, *Lector in fabula. La cooperazione interpretativa nei testi narrativi*, Bompiani, Milano

Eco U., 2016, *I limiti dell'interpretazione*, La nave di Teseo, Milano

Ferraris M., 2017, *Postverità e altri enigmi*, Il Mulino, Bologna

Greimas A. J., Courtes J., 1979, *Sémiotique. Dictionnaire raisonné de la théorie du langage*, Hachette, Paris; trad. it. *Semiotica. Dizionario ragionato della teoria del linguaggio*, Mondadori, Milano, 2007

Habermas J., 1962, *Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft*, Suhrkamp Verlag, Frankfurt am Main

Jenkins H., 2006, *Convergence culture*, New York University Press, New York

Lévy Pierre, 1994, *L'intelligence collective. Pour une anthropologie du cyberspace*, Éditions La Decouverte, Paris

Lorusso A. M., 2018, *Postverità*, Laterza, Roma-Bari

Pariser E., 2012, *The Filter Bubble: What the Internet is Hiding from You*, Penguin, London

Santangelo A., *L'agentività dell'immagine dei politici. Riflessioni semi-otiche sulla campagna di Matteo Renzi per le elezioni primarie del candidato premier del Partito Democratico alle politiche del 2013*, in *Lexia* 17-18, pp. 671-692

Sisto D., 2018, *La morte si fa social. Immortalità, memoria e lutto nell'epoca della cultura digitale*, Bollati Boringhieri, Torino

Surace B., 2019, "When Porno Meets Stardom", in Jacob F., a cura di, *Pornography – Interdisciplinary Perspectives*, Peter Lang, Berlin-New York, pp. 239-260

Turkle S., *Life on the Screen: Identity in the Age of Internet*, New Publisher, London

Turner F., 2006, *From Counterculture to Cyberculture. Stewart Brand, the Whole Earth Network, and the Rise of Digital Utopianism*, University of Chicago Press, Chicago

Vaccari C., Chadwick A., 2020, *Deepfakes and Disinformation: Exploring the Impact of Synthetic Political Video on Deception, Uncertainty and Trust in News*, in *Social Media + Society*, pp. 1-13

Vaihinger H., 1911, *Die Philosophie des Als Ob: System der theoretischen, praktischen und religiösen Fiktionen der Menschheit auf Grund eines idealistischen Positivismus*, Reuther & Reichard, Berlin



L'ultimo volto del passato

Gabriele Marino

Esistono musicisti che non esistono. Perché, direbbe Borges (se, invece che il bibliotecario, a Babele, fosse finito a fare il discotecar(i)o), per far sì che una musica esista è sufficiente che sia possibile¹. Se è possibile, se è in potenza, possiamo pensarla, è già qui, in atto, possiamo come sentirla. Per sua stessa vocazione la musica è la più inafferrabile, accanto forse all'arte degli odori, tra le forme di espressione dell'uomo. Esistono musicisti che non esistono non perché esistono i loro corpi (o i loro spartiti o i loro dischi), ma perché esistono le loro storie. Perché esistono *in quanto* storie. Come l'Adrian Leverkühn protagonista del *Doktor Faustus* di Thomas Mann, compositore d'avanguardia trasfigurazione letteraria di Arnold Schönberg, l'inventore della dodecafonia, che vende l'anima al diavolo barattandola per il genio musicale. Non ascolteremo mai le sue composizioni, eppure riusciamo ugualmente a sentirle (anche grazie all'intercessione obliqua di T.W. Adorno²). La storia dei musicisti immaginari, fantastici e virtuali, spazi eternamente solo possibili, interstiziali, è interessante perché, in fondo, banalissima. E proprio per questo ci racconta in maniera molto chiara e molto potente di alcuni meccanismi profondi che informano il nostro bisogno di musica. E di oltremusica. Ci parla, insomma, questa storia, di *cosa intendiamo* per musica. Anche quando magari non lo sappiamo ancora. O quando non potremo, fino in fondo, saperlo mai con esattezza.

Sono immaginari, fantastici come possono esserlo i miti, i musicisti che hanno scritto quei brani che ci giungono anonimi, per tradizione o accidente. Non li conosciamo, sono senza nome, senza volto. Senza numero

1 Il riferimento è al racconto *La biblioteca di Babele*, pubblicato all'interno della raccolta *Il giardino dei sentieri che si biforciano*, 1941.

2 Il filosofo, sociologo e musicologo Adorno aiutò Mann nella concezione e nell'ecfrasi – la descrizione, il racconto – dei brani di Leverkühn. Mann comincia a scrivere il romanzo nel 1943 e lo pubblica nel 1947.

(questo *traditional*, questo pezzo popolare è stato scritto da uno, due, tre persone?). Senza tempo. Quei musicisti smettono di essere tali e diventano – restano – solamente storie. Ci sforziamo comunque di figurarceli. Perché un musicista, in tutti gli altri casi, è di base una storia di suoni addobbata di un corpo (con tutto quello che da quel corpo promana).

Esistono musicisti che sono esistiti e che continuiamo a fare esistere anche quando non esistono più. Che abbiamo trasformato in olografici, in ologrammi: una volta scomparsi, morti, il nostro bisogno del loro corpo e del loro volto ci ha spinto a riportarli in vita letteralmente come fantasmi, apparizioni, proiezioni, facendoli interagire con le nuove performance di musicisti vivi (ma che pure sarebbero perfettamente sostituibili da vecchie registrazioni). Non ci basta ascoltare i loro dischi (che conosciamo a memoria), non ci basta rivedere le loro performance (che, pure, sapremmo mimare e ripercorrere sul palco passo dopo passo). Li vogliamo ri-presentificare davanti ai nostri occhi³. È successo con Tupac Shakur e Michael Jackson, Whitney Houston e Frank Zappa. Ma anche con Mina: non morta, ma scomparsa sì, dai palchi, e che continua a calcarli, come nel 2018 a Sanremo, solo come immagine di se stessa⁴.

Un musicista, infatti, può darci come faccia la maschera che indossa. Può darci a vedere solo quella. Dietro può velare la sua identità biografica e, prima ancora, le sue fattezze biometriche. Daft Punk, MF Doom e tantissimi, tantissimi altri. Tutti i musicisti mascherati. O può darci la sua

3 È il fondatore della fenomenologia Edmund Husserl a proporre la nozione di ripresentificazione (*Vergegenwärtigung*): si tratta di una forma di immaginazione che non ha a che fare con l'irreale, ma con un immaginario inteso come dominio del non-attuale e del non-presente, e che tuttavia identifica qualcosa di ancora vivido come nella sua forma originaria (una quasi-percezione), grazie alla capacità della coscienza di modificarsi nel tempo.

4 Per un'analisi semiotica: Lucio Spaziante, "Mina, l'icona mutante", in *Icone pop. Identità e apparenze tra semiotica e musica*, Bruno Mondadori, Milano, 2016, pp. 95-116.

faccia come maschera. Apparentemente diretta, ma impenetrabile. Fingendo di farci accedere al suo mondo personale, dandosi a vedere a volto scoperto, senza però in effetti concederci nulla di più. Non esistono musicisti che esistono. Di qualcuno che ci mette a parte del suo volto – o del suo nome – non sappiamo comunque nulla, non lo conosciamo davvero. Robert Johnson, Buddy Bolden, Sun Ra, Buckethead, Jandek. In qualche modo anche Aphex Twin. Non siamo gli sportellisti della motorizzazione, vogliamo di più. Conosciamo qualcuno quando ci è possibile mettere in relazione questi dati puntuali, da carta d'identità, con altri, durativi. E costruire anche solo in maniera lacunosa una storia.

Esistono musicisti che non esistono: Blind Joe Death (alias John Fafey), Blind Boy Grunt (Bob Dylan), Penguin Cafe Orchestra (Simon Jeffes), Ziggy Stardust and the Spiders from Mars (David Bowie), The Dukes of Stratosphear (XTC), Marvin Pontiac (John Lurie), The Passengers (U2 con Brian Eno), Porcupine Tree (Steven Wilson), Psychedelic Cornflakes (Edgar Neubauer). E molti altri. Esistono band vere che sono finte, come i Rutles e gli Spinal Tap, parodie rispettivamente dei Fab Four e dei gruppi *hair metal* – il metal pettinato – anni Ottanta.

Esistono quelle che gli anglofoni chiamano *virtual bands*⁵. Il primo esempio – una band fittizia i cui suoni, però, siamo riusciti a sentire sul serio – sono Alvin and the Chipmunks (ma se riusciamo a sentirli non finiscono forse per non esserlo più, fittizi, questi musicisti?). Le voci dei tre scoiattoli, che un produttore acid techno potrebbe legittimamente definire in *wild pitch*, sono il loro memorabile marchio di fabbrica sonoro e identitario. Siamo alla fine degli anni Cinquanta. La categoria di virtual band riceve poi una spinta di notorietà notevole quando sulla scena della popular music compaiono i Gorillaz, la band a cartoon creata a fine anni

5 *Virtual Band*, “Wikipedia”, voce creata nel 2011, https://en.wikipedia.org/wiki/Virtual_band.

Novanta da Damon Albarn e dal fumettista Jamie Hewlett (autore del punk mangheggiante di *Tank Girl*) per rappresentare/proiettare con i suoi quattro personaggi i musicisti, produttori e cantanti che stanno dietro al progetto, epitome di un pop contaminato, globale, transmediale. Nei videoclip dei Gorillaz noi vediamo 2-D (voce e tastiere), Murdoc Niccals (basso), la giapponese Noodle (chitarra, tastiere e voce) e il mancino Russel Hobbs (batteria), ma stiamo ascoltando, trasfigurati, Albarn e i suoi amici/collaboratori.

Giocano di rimpiattino dentro questa stessa camera di specchi anche i tedeschi Kraftwerk, il più importante gruppo elettronico di sempre, figli di Stockhausen e padri di ogni musicista electro, quando nei primi anni Ottanta suonano dal vivo, ma senza stare sul palco, il loro brano-manifesto *Die Roboter/The Robots* (“Wir sind die Roboter/We are the robots”): lasciano la scena a dei manichini che sono i loro Doppelgänger, mentre Ralf, Florian, Karl e Wolfgang restano a suonare dietro le quinte.

Se una musica esiste già solo pensandola, perché mai abbiamo bisogno di ricoprirla di una materia altra, di incarnarla, reificarla in un corpo che sappiamo benissimo essere fatto comunque di parole? Vogliamo che a incarnarsi sia non la musica ma la storia che la comprende. Abbiamo bisogno di un volto da appiccicare addosso a una macchina, più o meno umana, che produce testi musicali, che produce musica. Non ci basta il suono, con la sua ricchezza sinestetica, capace di evocare altre dimensioni sensoriali in maniera chirurgica. Non ci basta perché non ci basta che la musica ci parli di se stessa (come volevano Hanslick, il fondatore della musicologia formalista, e Stravinskij), né del mondo cui appartiene (il suo genere), non ci basta che si autentica, sincera, ispirata. Vogliamo che faccia da ponte tra chi l’ha composta e la esegue e noi che la ascoltiamo. Vogliamo poter toccare con mano la persona dietro il personaggio, dietro il musicista.

Una storia è qualcosa di potente, persino più di quanto potesse pensare chi – teorici della letteratura, narratologi, semiologi – ha studiato a fondo il principio che le anima tutte, la narratività. Le storie informano la vita, sono già forma di vita: dispositivo semiotico radicato nel corpo, che dal corpo parte e che al corpo ritorna, che procede coerentemente da valori profondi e innerva il senso nel suo generarsi emergendo dalle strutture più generali e astratte fino agli aspetti più superficiali e minuti di un testo. Il format di MTV *Catfish* ci ha mostrato molto bene come alcune persone, per interi anni, vivano una vera e propria storia d’amore con una persona che non hanno mai incontrato in carne e ossa e spesso neppure visto in video (e in volto): queste persone scavalcano a destra idee come quelle di efficacia simbolica (Lévi-Strauss) e performatività del linguaggio (Austin), non amano tanto quello o questa, colui o colei, ma semmai *la loro storia*, la storia che li lega e li vede assieme protagonisti⁶.

Hatsune Miku è la più celebre cantante – come chiamarla – fittizia, immaginaria, virtuale, digitale. Anzi: “probabilmente l’icona musicale definitiva della cultura digitale”⁷. Non è solo una *virtual artist*: è una *virtual idol*. I suoi numeri sono da capogiro. Milioni di tutto. Nel nome si annida uno slancio sperticato in avanti, che vuole essere un *omen*: “il primo [初, *hatsu*] suono [音, *ne*] del futuro [ミク, *miku*]”. Ma noi sappiamo bene come i nomi, persino i neologismi, nascondano spesso dietro una fame di futuro la sua effettiva penuria. Hatsune è un fenomeno culturale di immensa portata, ma è più interessante per le dinamiche sociali al cen-

6 Vedere: Elsa Soro, “*Plenty of (Cat)Fish*”: *How to Steal Faces in the Sea of Online Identities*, relazione presentata alla conferenza online *Digital Pinocchio. Face and Fake in Contemporary E-Technological Societies*, 24 giugno 2021.

7 Nicholas Cook, “Digital Technology and Cultural Practice”, in *The Cambridge Companion to Music in Digital Culture*, a cura di Nicholas Cook, Monique M. Ingalls e David Trippett, Cambridge University Press, Cambridge, 2019, p. 12.

tro delle quali si colloca, e che irradia, che sotto il profilo squisitamente musicale, sonoro e persino tecnologico⁸.

Che cosa è Hatsune quando la vediamo, quando la guardiamo? È un disegno, un cartoon e, durante i suoi concerti (perché Hatsune non esiste nello stesso senso in cui è esistito Michael Jackson, ma fa concerti), l'ologramma di una teenager filiforme e attraente, dai capelli turchesi con una riga nel mezzo e due infinite trecce laterali. Con la divisa da scuola giapponese, gonna cortissima e cravatta lunghissima, in pendant. Una ennesima Sailor Moon.

Che cosa è Hatsune quando la ascoltiamo? La *voice actress* (molto più che, semplicemente, doppiatrice) Saki Fujita, classe 1984, la cui voce è stata finemente campionata e ne costituisce la *palette* molecolare di suoni.

Hatsune è infatti una vocaloid, un software che rende cantato qualsiasi input melodico che gli si dia in pasto: uno spartito digitalizzato, una linea MIDI. E che riesce a gestire assieme quella melodia e il suo abbinamento con un testo verbale. Le parole di una canzone. Hatsune viene creato (è un programma) nel 2007, dall'azienda Crypton Future Media, utilizzando una tecnologia proprietaria della Yamaha, poi modificata e aggiornata più volte. Sono questi gli anni di un intenso lavoro, tecnico e semiotico, sulla voce: c'è la musica juke/footwork (che tratta la voce come facevano i Chipmunks), c'è Burial (che rallentandola e alterandola neutralizza ogni possibile attribuzione di genere, nel senso del *gender*), James Blake (che inserisce la voce laddove prima era assente). Sono gli

8 Le principali fonti sull'argomento sono: Keisuke Yamada, *Supercell's 'Supercell Featuring Hatsune Miku'*, Bloomsbury/33^{1/3}, Londra e New York, 2017; i due capitoli dedicati ad Hatsune, firmati da Rafal Zaborowski e Thomas Conner, in *The Oxford Handbook of Music and Virtuality*, a cura di Sheila Whiteley e Shara Rambarran, Oxford University Press, New York, 2016, pp. 111-147; Shara Rambarran, *Virtual Music. Sound, Music, and Image in the Digital Era*, Bloomsbury, Londra e New York, 2021, pp. 122-124.

anni dell'autotune e di Songify, routine comica lanciata nel 2009 dai fratelli Gregory: si prende una notizia dal TG o un video di uno youtuber particolarmente sopra le righe e se ne modifica il parlato in modo che si pieghi a una linea melodica, direbbero gli americani, *bombastic*.

Che cosa è Hatsune, allora, in parole povere? Un karaoke di lusso. Solo che di norma chi canta al karaoke, le canzoni degli artisti, sono i fan. Mentre qui a cantare le canzoni dei fan, scritte dai fan, è l'artista al cui concerto questi fan si accalcano. E sono più di centomila – ecco i numeri da capogiro – le canzoni di Hatsune: perché sono più di centomila le canzoni scritte usandola, scritte *in lei* (in quel “linguaggio” *che è lei*; come quando diciamo che un programma è scritto in C+). Si tratta di un ribaltamento senza precedenti della logica produttiva della musica. Nonché di uno scavalco a destra di quella del *prosumer*, il consumatore che è anche produttore preconizzato da Alvin Toffler⁹.

La musica di Hatsune Miku è una musica della macchina. Fatta da una macchina. Ma ci *parla* forse della macchina, ce la racconta? La mette in suono? È la musica che ci aspetteremmo da una macchina? È forse una metamusica, “meta-” come può essere “meta-” il “verso” fantascientifico del romanzo *Snow Crash* (1992) di Neal Stephenson, che anticipa di dieci e più anni Second Life? Come quello con cui Mark Zuckerberg, riprendendo quel Metaverse e l'idea ormai vecchia di Second Life (e Fortnite), ha rilanciato nel 2021 l'utopia – di nuovo, ancora, borgesiana – di creare una mappa scala 1:1 dell'impero?¹⁰

Hatsune è un programma, una proceduralità, un algoritmo. Il suo aspetto una pelle esterna, un organo senza corpo¹¹. Jean Baudrillard

9 Nel volume *The Third Wave*, pubblicato nel 1980.

10 Vedere il racconto *Del rigore della scienza* contenuto nella raccolta *Storia universale dell'infamia*, pubblicata per la prima volta nel 1935.

11 Il concetto di organo senza corpo è di Slavoj Žižek, che ribalta il “corpo senza organi” di cui parla Gilles Deleuze.

avrebbe letto forse in Hatsune il risultato di una “precessione del simulacro”, una inversione di direzione nel processo simbolico: saturi di rappresentazioni e significati riecheggiati alla nausea abbiamo direttamente creato un idolo vuoto. Un *teen idol* vuoto. Giorgio Agamben leggerebbe forse in Hatsune l’ennesima riproposizione della maschera di Pulcinella. Del resto, il suo è un segreto che non nasconde nulla. La sua è una maschera senza niente – senza una faccia – sotto¹².

Hatsune ci interpreta. La sua musica non è sua, è nostra. Lei ne è, alla lettera, strumento. Se ne fa, alla lettera, portavoce. Voce che è una sequenza di 0 e 1 ma che vuole suonare umana. Come quella di Saki Fujita. Come accade in certe opere di Luciano Berio che giocano a mascherare la macchina come corpo e la voce come elettronica¹³.

Allora forse dietro la maschera di Hatsune, la maschera che Hatsune è, non c’è una faccia, una *soltanto*. Ma, maschera di visi, una pluralità di facce. Sfocate, viste come da lontano. Se Hatsune è altra da noi, essere impersonale, direbbe forse Claudio Paolucci, ciò non accade perché sia algidamente algoritmica, ma semmai perché collettivamente umana, di una umanità molecolare, liquida, mischiata¹⁴.

Spesso ci si è chiesti e ci si chiede, anche in sedi squisitamente legali, di chi sia l’autorialità, il gesto-firma e quindi, a monte, l’*agency* e la responsabilità dietro opere o eventi prodotti da macchine. La domanda è quasi sempre mal posta, perché le macchine sono quasi sempre state usate fi-

12 Il testo di riferimento per Baudrillard è *Simulacri e simulazione*, del 1981. Quello di Agamben è: *Pulcinella ovvero ‘Divertimento per li ragazzi’*, nottetempo, Milano, 2015.

13 Per esempio, *Thema* (una collaborazione del 1958 con Umberto Eco, dedicata al Joyce dell’*Ulisse*) e *Visage* (1961).

14 Il testo in cui Claudio Paolucci indaga l’idea di una enunciazione impersonale, perché collettiva, è: *Persona. Soggettività nel linguaggio e semiotica dell’enunciazione*, Bompiani, Milano, 2020.

nora in chiave vicaria e sostitutiva, ancillare, servilistica. Come animali da soma, schiavi, surrogati della forza-lavoro umana. Strumenti appunto. Musicali e non.

Il ritratto di Edmond de Belamy, celebre perché prima opera creata da una intelligenza artificiale (una GAN programmata dal collettivo Obvious) a essere battuta all'asta da Christie's (nel 2018, per più di quattrocentomila dollari), è solo un brutto Francis Bacon. Questo quadro non ha aperto gli squarci che aprirono le tele tagliate di Lucio Fontana. Non ci ha fatto vedere la forma delle cose nel loro farsi come quelle di Paul Cézanne. Belamy ci interessa perché è un dipinto che non è stato dipinto da un essere umano. Ma la vera achirópita, “non fatta da mano (umana)” (come sono dette certe icone ortodosse, la Sindone per chi è credente o le hauntologiche “fotografie atomiche” lasciate dalle vittime della bomba sul manto stradale a Hiroshima)¹⁵, non dovrebbe forse neppur essere chiaro per noi *cosa rappresenti*. Né, a ben vedere, che sia *un dipinto*. Il quadro venduto all'asta per centinaia di migliaia di dollari è una brutta copia. E quello che doveva essere il fantasmagorico mondo virtuale zuckerberghiano è un kitsch-o-rama un po' noioso fatto di vecchi pezzi di futuro che fu¹⁶.

Una musica che possiamo immaginare come *della macchina*, noi umani che mai potremo comprenderla davvero (essendo per noi impossibile comprendere – direbbe il filosofo Thomas Nagel – che cosa significa *essere una macchina*)¹⁷, è una musica che lavora all'estremo opposto del

15 Jacques Derrida conia il neologismo *hauntologie* nel suo *Spettri di Marx* (1993), come gioco di parole che alluda a una “ontologia fantasmatica”, a un passato che non smette di tormentare il presente.

16 Orit Gat, *The Boring Art of Zuckerberg's Metaverse*, “artreview”, 12 novembre 2021, <https://artreview.com/the-boring-art-of-zuckerberg-metaverse/>. L'idea di riferirsi a una concezione di futuro tratta da un'epoca passata è stata battezzata retrofuturismo dall'artista e curatore Lloyd Dunn, nel 1983.

17 Nagel si chiedeva come fosse “essere un pipistrello”: *What Is It Like to*

continuum musicale rispetto a quello che ci fa sentire ciò che ci è “familiare” e “naturale”. La primissima musica techno aveva quello slancio, ancora transumano, di integrazione tra uomo e macchina. Una musica come quella del duo inglese Autechre sembra essere pensata per un mondo che di umano non ha più nulla, un mondo postumano, abitato – procedendo dalle origini al tempo presente della loro discografia, guardando le copertine, le grafiche, i titoli, pensando ai procedimenti compositivi, alle rese timbriche – da microrganismi, da basi e acidi, concrezioni minerali, presenze inorganiche, e poi geometriche, algoritmiche. È un paradosso certamente voluto – ma che non è possibile non rilevare come tale – che sia più non-umana quella musica, fatta da due ex “rappusi”, che quella prodotta dalle intelligenze artificiali, se lo scopo precipuo di queste ultime era mimare lo stile dei Beatles (FlowMachine, della Sony, 2016) o di un compositore classico (Bach AI, di Google, 2019).

Una musica veramente *delle macchine*, fatta dalle macchine, per le macchine, qualcosa che le macchine producano come la *loro musica*, è difficile che possa essere tale anche per noi: potrebbe essere una musica che oltrepassa l’aldilà e l’aldiquà dello spettro dell’udibile, gli ultra e gli infrasuoni, potrebbe essere una musica che abdichi a darsi del tutto come suono e si riveli, riversi in altra materia, in un processo di codifica e decodifica che rende con chiarezza cristallina la differenza tra forme e strutture profonde e la loro manifestazione superficiale: una stessa informazione binaria può essere codificata come onda sonora o come sequenza alfanumerica e grafica. Chi ha memoria di cosa voleva dire smanettare con i primi programmi di produzione musicale casalinghi ricorderà cosa significava “hackerare” un documento di Microsoft Word e ascoltarne la versione, rumoristica, .wav o .mp3.

Be a Bat?, “The Philosophical Review” 83, 4, ottobre 1974, pp. 435-450.

L'idea che una macchina possa produrre una musica che è tale non per noi che pure l'abbiamo, in un certo tempo ormai lontano, programmata e allenata, ma per se stessa, per loro (per le macchine), è l'idea di singolarità: l'idea che da una intelligenza artificiale possa a un certo punto sorgere quella che chiamiamo coscienza. L'utopia che "le parole si facciano carne"¹⁸.

I portoghesi Rui Penha, musicista, e Miguel Carvalhais, designer, affrontano l'ipotesi-limite della singolarità – ma non usano mai questa parola – proponendo l'etichetta di "arte macchinica", un'arte che sia veramente, finalmente, *della macchina*.

Supponendo che sia possibile che nelle menti artificiali emerga una qualche forma di coscienza, queste menti artificiali sentiranno a un certo punto il bisogno di creare arte. Ma saremo noi in grado di comprendere quest'arte? Per rispondere a questa domanda, dobbiamo considerare due sottodomande: quando accade che la macchina diventi autrice di un'opera d'arte? E come possiamo giungere noi a una comprensione dell'arte che questa macchina crea? [...] "Arte macchinica" è un termine che riteniamo debba essere riservato all'arte realizzata per volontà di una mente artificiale, non a quella che, pure impiegando macchine, sia basata o sia diretta verso una visione antropocentrica dell'arte. Da un punto di vista umano, le opere d'arte fatte da macchine non potranno che essere ancora procedurali, algoritmiche e computazionali. Saranno generative, perché saranno autonome dal gesto di un artista umano. E potranno essere interattive, interagendo con esseri umani o con altri sistemi. Ma non saranno il risultato di un essere umano che lasci finalmente le

18 Florian Cramer, *Words Made Flesh*, 2005, <https://www.netzliteratur.net/cramer/wordsmadefleshpdf.pdf>.

decisioni a una macchina, perché dovrà essere la prima di queste decisioni – la decisione stessa di creare arte – il risultato della volontà e delle intenzioni di una macchina. Solo a queste condizioni non avremo più arte umana fatta con i computer, ma vera e propria arte macchinica. Il problema, allora, non è se le macchine svilupperanno o meno un senso di se stesse che porti a un desiderio di creare arte. Il problema è che se – o quando – lo faranno, avranno un *Umwelt* così diverso che saremo completamente incapaci di relazionarci a esso dalla nostra prospettiva soggettiva e incarnata. L'arte macchinica sarà sempre al di là della nostra capacità di comprenderla perché i confini della nostra comprensione – nell'arte, come nella vita – sono quelli dell'esperienza umana¹⁹.

Per comprendere questo scenario, per concepire un HAL9000 che non uccide ma tiene nella mano – che non possiede – una tavolozza e un pennello, dobbiamo sforzarci di andare contro l'idea di soggetto e di identità che ci sono assicurati dal volto e da ciò che nel volto si incarna, e che ricerchiamo spasmodicamente anche e soprattutto quando questo volto ci manca. E dobbiamo cercare un linguaggio che segua altre regole. Come raccontato in *Arrival* (racconto di Ted Chiang del 1998 e film di Denis Villeneuve del 2016), in cui l'alieno non è classicamente antropomorfo come accade nella fantascienza tradizionale (è un alieno tentacolare che piacerebbe a Donna Haraway)²⁰ e la sua lingua segue logiche così diverse da quelle nostre da risultare trasformativa della realtà, da ribaltarne la *consecutio*, logica e onto-

19 Rui Penha e Miguel Carvalhais, *If machines want to make art, will humans understand it?*, “aeon”, 18 giugno 2019, <https://aeon.co/ideas/if-machines-want-to-make-art-will-humans-understand-it>.

20 Il riferimento è al testo del 2016 *Staying with the Trouble: Making Kin in the Chthulucene*, tradotto in italiano nel 2019 come *Chthulucene. Sopravvivere su un pianeta infetto*.

logica. Dobbiamo sforzarci di uscire da una concezione di maschera – anche e soprattutto di quella vuota – come inganno, così come dobbiamo sforzarci di uscire dalla logica del virtuale come doppione (per quanto potenziato), simulazione, alternativa, tutt'al più integrazione, estensione, protesi.

La macchina non deve più stupirci solo quantitativamente, per la sua potenza di calcolo, gestione o azione, perché riesce a fare quello che noi non riusciamo, ma deve stupirci qualitativamente, perché si appropria di un *Umwelt* che è soltanto suo e ce lo fa intuire, anche se non ci dà pieno accesso a esso²¹. Non deve essere vicaria del nostro lavoro impossibile, e fare cose che nessun assembramento di umani riuscirebbe mai a fare in eoni, ma deve lasciarci interdetti perché non ci rende possibile comprendere *che cosa è* ciò che ha prodotto. Uno stupore postcomputazionale: del computato (macchinico) incomputabile (non decodificabile).

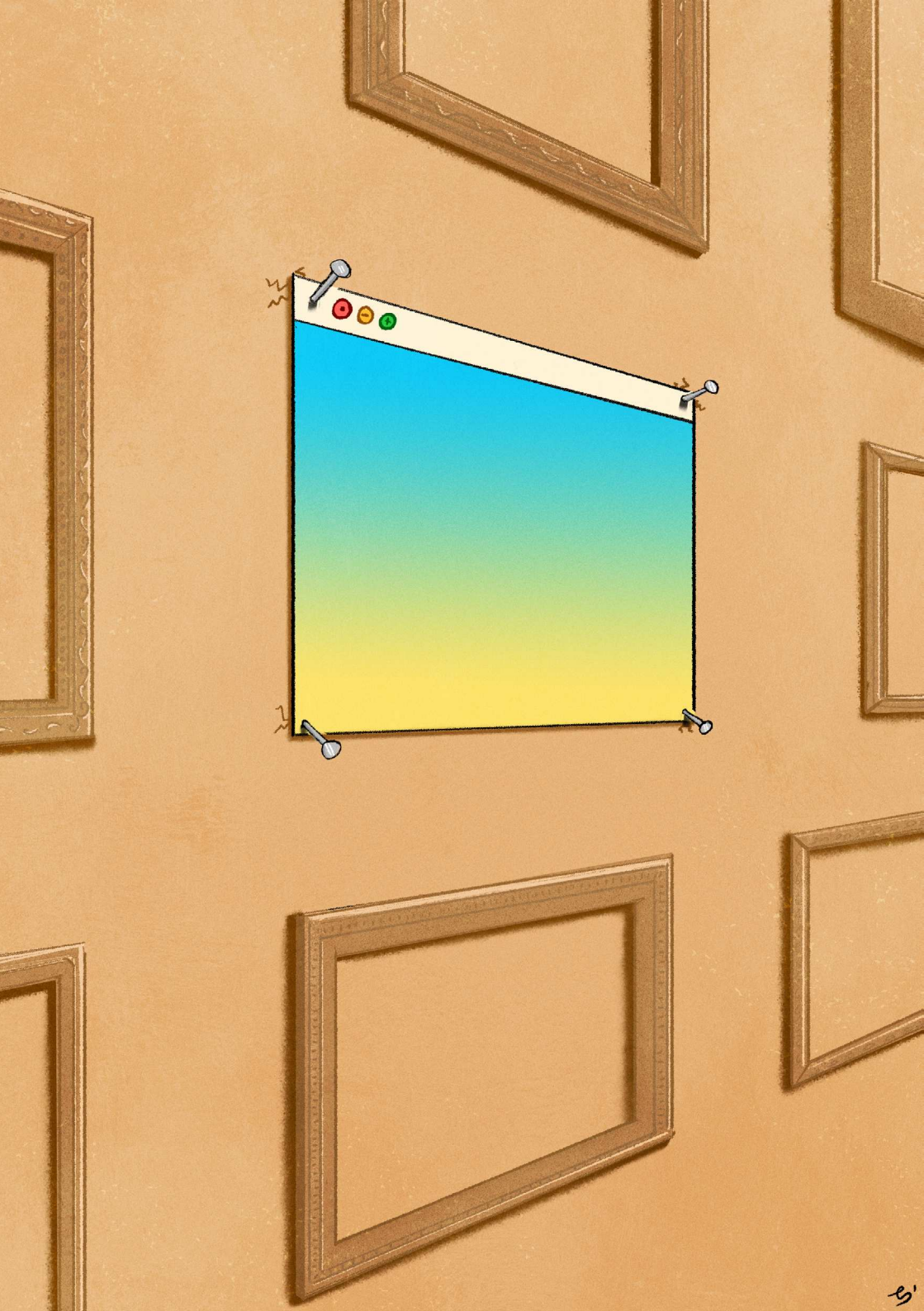
Aspettiamo allora di vedere un volto e di sentire una musica che non saremo, finalmente, in grado di riconoscere. E forse neppure di vedere e di sentire. Aspettiamo di sentire un volto e vedere una musica. Ascoltare una stringa di lettere e vederne una di note. Vent'anni fa David Cronenberg, il regista profeta della “nuova carne”, immaginava un concorso di bellezza per gli organi interni del corpo umano, rivoltando come un guanto, da fuori a dentro, i nostri canoni. Oggi usiamo le più avanzate intelligenze artificiali per creare bellissime, ma plausibilissime, top model²². Ci piace pensare che quello di Hatsune Miku, “primo suono del

21 Il concetto di *Umwelt* (“ambiente”, “mondo”) viene proposto dal biologo e filosofo Jakob von Uexküll nei primi anni del Novecento, ponendo uno dei pilastri fondativi della prospettiva biosemiotica.

22 Sinead Bovell, *I Am a Model and I Know That Artificial Intelligence Will Eventually Take My Job*, “Vogue”, 21 luglio 2020 <https://www.vogue.com/article/sinead-bovell-model-artificial-intelligence>. Ringraziamenti: ringrazio Lucia Bianco per avermi consentito di approfondire la figura di Hatsune Miku seguendo la sua tesi di laurea magistrale in semiotica (*Hatsune Miku e Whitney*

futuro”, sia l’ultimo volto che ci parla, dal passato, del passato. Torniamo così all’Adrian Leverkühn golem creativo e creatore, animato da un soffio non sterilmente sacro ma fertilmente sacrilego che, negandosi in volto, non ci fa ascoltare la sua musica, ma ce la fa comunque sentire.

Houston: The Sounds to Be. Riflessioni sociosemiotiche sulle virtual vocal performers tra JPop e Pop Anglo-americano, 2021, Università di Torino); ringrazio i colleghi del progetto FACETS Marco Viola, Cristina Voto e Bruno Surace per avere letto e commentato questo testo.



Fungible or Non-fungible Faces?

Il ritratto nell'era della scarsità digitale

Cristina Voto

NFT, blockchain, \$\$\$, Digital Art...or wtf?

La prima volta che ho sentito parlare di NFT in relazione al mondo dell'arte è stato nel *lontano* 2017 con il progetto CryptoPunk dello studio Larva Labs¹. Con un'estetica nostalgica dell'8 bit e una rinnovata riflessione sui modi di produzione del digitale, il progetto sembrava riesumare la forza che aveva caratterizzato l'Internet 2.0 e mettere in discussione l'istituzionalizzazione dell'Arte e la mediazione di musei, gallerie e critica nell'assegnazione di valore alle opere. Acronimo di *non fungible token*, traducibile in italiano con l'espressione "gettone non sostituibile", la sigla NFT indica un file il cui valore non è commutabile perché unico. Nello specifico si tratta di un codice digitale la cui unicità è garantita da uno *smart contract*, un contratto che attraverso un programma informatico ne permette l'identificazione in un registro distribuito e immutabile altrimenti conosciuto come *blockchain*. Questi database sono infrastrutture distribuite, e perciò decentralizzate, e rendono uniche le informazioni dei contratti ivi registrati permettendo non solo l'autenticazione degli NFT ma anche quella delle criptovalute. Il contratto che regola gli NFT funziona perciò senza mediazione umana alcuna, da cui la promessa di autenticità, aspetto fondamentale anche per la costruzione del valore in campo artistico. In fin dei conti il processo di *tokenizzazione* che attraversa da qualche anno l'iconosfera digitale rende qualsiasi file potenzialmente immutabile. Grazie agli *smart contract*, strumenti che certificano un vero e proprio titolo di proprietà sulle stringhe dei codici digitali, la circolazione degli NFT dà forma a un orizzonte fino a pochi anni fa inconcepibile: quello dettato da una potenziale scarsità digitale² (Quaranta 2021).

1 Per chi non fosse al corrente dell'opera consiglio vivamente la lettura del sagace articolo di Bruno Surace presente in questo stesso *instant book*.

2 Sebbene non sarà oggetto di questo mio intervento è doveroso acclarare che il prezzo di questa unicità e immutevolezza è anche un dispendiosissimo, oltreché preoccupante, consumo energetico.

Tuttavia il fenomeno degli NFT ha iniziato ad appassionarmi molto più di recente. Nel 2021, quasi un lustro dopo le prime notizie e letture, un tempo che nell'accelerato ritmo turbo-capitalista ci dà l'impressione di un cambio epocale, Christie's, la più grande casa d'asta nonché tra le più antiche al mondo, ha iniziato la vendita dell'NFT del codice associato al ritratto *Buying Myself Back: A Model for Redistribution*, un'opera di Emily Ratajkowski. Sia chiaro: non si tratta del primo NFT a essere battuto da Christie's. Nel febbraio dello stesso anno Mike Winkelmann, meglio noto come Beeple, è passato alla storia con il suo *Everydays: The first 5000 Days*, una delle opere più costose di sempre, seconda solo alla scultura *Rabbit* di Jeff Koons del 1986 (91 milioni di dollari) e al quadro *Portrait of an Artist* di David Hockney del 1972 (90 milioni di dollari). Dopo quasi tre settimane di trattative, iniziate da una base d'asta di 100 dollari, il codice NFT associato all'opera di Beeple è stato acquistato per la cifra di circa 69 milioni di dollari da MetaKovan, pseudonimo del programmatore Vignesh Sundaresan che ne ha successivamente promesso l'esposizione in una galleria del metaverso³.

Come sovente succede, sono le cifre da capogiro ad attirare l'attenzione sul fenomeno ed è forse in ragione di questo carattere speculativo che la *Digital Art* è tornata oggi a far parlare di sé. L'opera di Beeple, un collage digitale che raccoglie le immagini selezionate dall'artista durante più di tredici anni, ci permette una prima riflessione sulla pertinenza di questa

3 Da qualche mese a questa parte, e soprattutto dall'operazione di *re-branding* di Facebook in Meta, la parola "metaverso" è sicuramente la *buzzword* del momento. Una prima definizione può essere quella fornita nel contributo di Gianmarco Giuliana, presente in questo *instant book*, dove il metaverso è descritto come un "nuovo spazio virtuale della socialità". Rispetto ai suoi predecessori come *Second Life* non si tratta più di una singola esperienza su una piattaforma digitale ma dello sviluppo sincronico di diverse piattaforme. Il termine è stato coniato da Neal Stephenson nel suo *Snow Crash*, un romanzo cyberpunk pubblicato nel 1992.

categoria artistica. Quale arte non passa oggi da un'istanza di smaterializzazione del significante? Meta-medium per eccellenza, il digitale è un mezzo capace di trasformare e di intervenire su ogni linguaggio, artistico e non. In ragione di questa ridondanza vale, a mio avviso, la considerazione riguardo all'efficacia dell'etichetta.

Prendiamo un altro esempio di Digital Art, l'opera crittografica *Right-click and Save As guy* di XCopy, il cui NFT è stato venduto a 16.00 Ethereum, ovvero poco più di 7 milioni di dollari. Presentata al pubblico attraverso la seguente provocazione dell'autore: "Perché dovrei comprarlo quando potrei fare clic destro e salvare con nome?⁴", l'opera è un .gif animato che possiamo iscrivere nel genere artistico del ritratto. *Right-click and Save As guy* presenta infatti una serie di caratteristiche (Dondero 2020) che attraversano il genere da oramai diversi secoli: una relazione tra la figura e lo sfondo in chiave dialettica, per cui il fondo deve apparire piuttosto neutro per permettere alla figura di emergere; la figura è posizionata al centro ed è piuttosto compatta rispetto allo sfondo; la figura è ritratta attraverso una posa.

Ancora una volta, di fronte a questo esempio, non posso che tornare alla mia domanda: l'appello alla digitalità della pratica artistica è davvero utile o riverbera solo un costante effetto-di-novità al sapore di determinismo tecnologico? Proviamo a dare una prima risposta, che non può che provenire dalla competenza disciplinare che attraversa queste pagine. Per la semiotica il livello delle sostanze dell'espressione di ogni opera, in questo caso il digitale nella sua formula incommutabile, può sempre essere portatore di un discorso tale da interagire a livello tematico con il piano del contenuto e, da lì, contaminarne le pratiche di produzione e di fruizione. A mio avviso, allora, si tratta di chiedersi quali possano essere le interazioni, ammesso che ve ne siano, della *scarsità digitale* nelle opere *tokenizzate*.

4 "Why would I buy it when I can right click and save as?"



Immagine 1: *Right-click and Save As guy* di XCopy

La modella, il ritratto e l'abito facciale

Torniamo al ritratto *tokenizzato* *Buying Myself Back: A Model for Redistribution*. Molto probabilmente l'autrice di questo NFT è conosciuta ai più per via della sua principale occupazione, essere una delle supermodelle più famose degli ultimi tempi. Con questo biglietto da visita, il 14 maggio del 2021 Emily Ratajkowski vende la sua prima opera in NFT per 175.000 dollari in un'asta organizzata ancora una volta da Christie's. Non mi interessa discutere qui l'originalità dell'operazione artistica né la legittimità della sua autrice nel compierla (per queste discussioni rimando piuttosto alla lettura di *Buying Myself Back: When Does a Model Own Her Own Image?* scritto dalla stessa Ratajkowski e pubblicato nel settembre del 2020 nella rivista *The Cult*). È piuttosto la riflessione sul volto all'epoca della scarsità digitale ad essere al centro del mio intervento. Mi chiedo, perciò, quali contaminazioni reca la *tokenizzazione* di un ritratto?

Tutto inizia un 23 aprile del 2021, quando Emily Ratajkowski pubblica il seguente tweet: “Compiendo un ulteriore passo in avanti verso il mio costante sforzo per il reclamo e il controllo della mia immagine, sono entusiasta di annunciare la mia prima opera d'arte concettuale⁵ sul mercato, un NFT intitolato *Buying Myself Back: A Model for Redistribution*⁶”.

5 Anche la casa d'asta definisce *Buying Myself Back: A Model for Redistribution* un'opera “concettuale” quasi a scostarsi dalle briglie confuse della classificazione digital. Nel testo che accompagna l'asta Christie's iscrivere la proposta di Ratajkowski in quel movimento che nella seconda metà del XX secolo ha visto attive figure come Carolee Schneemann, Hannah Wilke and Adrian Piper, tre artiste attente alla riflessione sulla propria condizione identitaria (<https://www.christies.com/en/lot/lot-6317722>, ultimo accesso il 09/02/2022).

6 “In a step toward my ongoing effort to reclaim and control my image, I'm thrilled to announce my first conceptual artwork to ever come to market, an NFT entitled *Buying Myself Back: A Model for Redistribution*”.



Immagine 2:

il ritratto associato all’NFT di *Buying Myself Back: A Model for Redistribution*

Già il titolo dell’NFT merita, a mio avviso, una doppia considerazione: in primo luogo, perché indica un preciso programma di riappropriazione dell’immagine di sé, un modello che potrebbe funzionare per tutte quelle forme di vita il cui valore è associato a processi di oggettivazione piuttosto che di soggettivazione; in secondo luogo, perché appella alla forza esplosiva che permette a un enunciato periferico, un’opera realizzata da una non-artista, di smuovere il centro discorsivo, nel nostro caso il campo delle arti.

Il codice NFT dell’opera di Ratajkowski è ascrivibile al genere del ritratto, genere nel quale un’operazione di interfacciamento è restituita attraverso l’esteriorizzazione di una forma-volto. Questa operazione generica, altamente codificata, riproduce le grammatiche che *fanno o disfano* l’identità attraverso le standardizzazioni dettate dagli *abiti interpretativi*, per recuperare una categoria cara alla semiotica interpretativa che muove i suoi passi dalle proposte Charles S. Pierce. Cercando di spiegarlo nella forma più chiara e semplice possibile, possiamo affermare che Pierce riconosce negli *habits* una disposizione all’azione regolarizzata: “Un abito non è un’affezione della coscienza; è una legge generale di azione, tale che, in un certo tipo generale di occasione, un essere umano sarà più o meno pronto ad agire in una certa maniera generale” (CP 2.148). In ogni opera che possa iscriversi dentro il genere del ritratto, la messa in scena dell’identità è (s)regolata dalla grammatica degli abiti che riproducono pose e/o movimenti facciali in dialogo, o in disaccordo, con le aspettative socioculturali. Questa grammatica dispone all’azione, alla manipolazione plastica dei valori che codificano la messa in scena dell’identità. Potremmo dunque definire gli *abiti facciali* come modi di esecuzione del volto tali da rendere certe apparenze, certe maschere, più rilevanti di altre sulla base delle infinite e potenziali rappresentazioni dell’identità. Vediamo allora di analizzare le esecuzioni *facciali* messe in scena nell’NFT associato al ritratto di Emily Ratajkowski.

Buying Myself Back: A Model for Redistribution, il cui token ID è 12731802054160154759290488904109869109108530284611516750060019851722433232897, è un doppio ritratto della modella restituito attraverso una *mise en abyme*. Abbiamo visto come la messa in scena dell'identità sia una delle particolarità di questo genere artistico e anche l'opera in questione ne mantiene le aspettative. Attraverso una doppia focalizzazione sul viso, il volto di Emily Ratajkowski è doppiamente restituito e si offre alla lettura e al dialogo con l'alterità osservatrice. La modella è fotografata davanti a un dipinto che, a sua volta, la ritrae. Questo secondo ritratto è firmato dal fotografo Richard Prince ed è il frutto di un'appropriazione non consensuale dell'immagine della modella. Come riporta in un altro tweet: "Usando il nuovo mezzo introdotto dagli NFT, spero di stabilire un precedente simbolico per le donne e la proprietà online con cui permettere loro di avere un'autorità continua sulla propria immagine e di ricevere un giusto compenso per il suo uso e distribuzione". Lo scopo dell'opera, e il suo programma di riappropriazione, appaiono allora manifesti: l'ottenimento di un risarcimento in ragione dell'utilizzo non consensuale dell'immagine di sé.

Il ritratto a opera di Prince presente nel nostro NFT altro non è se non la stampa su tela di un'immagine estratta dal profilo Instagram della stessa Ratajkowski che riproduce, a sua volta, uno scatto pubblicato sulla copertina della rivista *Sports Illustrated Swimsuit*. La tela è parte della serie *New Portraits*, una collezione di ritratti ottenuti attraverso una pratica di produzione consolidata sin dagli anni Settanta con cui Prince cerca di ridefinire i limiti dell'autorialità e della proprietà delle immagini mediatiche. I

7 "Using the newly introduced medium of NFTs, I hope to symbolically set a precedent for women and ownership online, one that allows for women to have ongoing authority over their image and to receive rightful compensation for its usage and distribution"

ritratti della mostra *New Portraits* sono immagini appropriate da Prince approvvigionando dai profili pubblici di Instagram di un cospicuo numero di personalità del mondo dello spettacolo, della moda e dei social. Nelle stampe appaiono anche i commenti lasciati dallo stesso Prince nei *feed* di Instagram, gesto quest'ultimo che *fa senso* nel processo di appropriazione, o forse potremmo dire di *remixing*, attraverso un adattamento testuale al sistema discorsivo di arrivo, quello della mostra. Anche Prince è allora in qualche modo autore di quelle immagini, perché con i suoi commenti partecipa alla loro significazione. E, in aggiunta, ne è il fruitore finale perché quasi tutti i ritratti che hanno composto la mostra *New Portraits* sono stati venduti (nello specifico, quello di Emily Ratajkowski per 81.000 dollari).

La maschera, il *type* e il *token*

Nel ritratto associato al *token* 12731802054160154759290488904109869109108530284611516750060019851722433232897 Emily Ratajkowski posa di fronte al dipinto di Prince che riproduce la copertina di *Sports Illustrated Swimsuit* e ne rimette in scena lo schema, il modello degli *abiti facciali*: la bocca socchiusa, la mano mentre sfiora la guancia sinistra e lo sguardo dritto verso l'obiettivo della fotocamera che interpella l'osservatore mentre lo invita a valicare la soglia della cornice. È la riproduzione di una maschera, una classe generica facciale che rappresenta il *type* della forma-modella. Riconosciuto il *type*, la posa eseguita da Emily Ratajkowski di fronte al ritratto rubato da Prince diventa occorrenza, *token* con cui riappropriarsi del *type*. Parlare di *type-token* in semiotica significa parlare di un modello introdotto da Peirce con cui distinguere il *type*, il tipo, la classe, l'entità generale e astratta dal *token*, l'occorrenza, ovvero la realizzazione del *type* concreta e individuale, l'istanza particolare.

Continuiamo a riflettere sulla relazione tra *type* e *token* attraverso un esempio, il verso della poesia *Sacred Emily* scritta nel 1913 da Gertrude Stein, sulla quale a breve torneremo: “Rose is a rose is a rose is a rose⁸” (Wetzel 2018). Nel verso di Stein possiamo contare tre *type*, e perciò tre modelli di parole (“rose”, “is” e “a”) oppure dieci *token*, ovvero dieci occorrenze concrete e particolari che, in questo nostro caso, sono suoni, se letti a voce alta, o impulsi ottici originati da cristalli liquidi e pixel, se letti sullo schermo. Nel ritratto di Ratajkowski il cui codice NFT è stato venduto all’asta da Christie’s, la modella esegue, attraverso il *token* della posa concreta e particolare, il tipo generale della modella così come realizzato nella copertina della rivista di cui Prince ruba l’immagine dal profilo Instagram. Il volto riprodotto nella posa parte dal diagramma del *type*-facciale-modella per intervenire sulla mereologia bassa del volto (che venga dalla diffusione ideologica di questo *type* l’ossessione per la bocca socchiusa nei ritratti?)⁹. Inoltre, attraverso una forte intensità nello scambio tra guardante e guardato, Emily Ratajkowski sembra invitarci a riflettere proprio sul *type* e sulla messa in scena della maschera della modella.

Sin dalla prima volta che ho osservato *Buying Myself Back: A Model for Redistribution* non ho potuto evitare il collegamento con una fotografia di Man Ray dove l’artista Dada ritrae la poetessa Gertrude Stein. Scomodando la proposta estetico-filosofica dello storico dell’arte Aby Warburg possiamo riconoscere nel ritratto *tokenizzato* di Emily Ratajkowski e in quello fotografico di Gertrude Stein una *Pathosformel* (1929), letteralmente una “formula del pathos”, un diagramma espres-

8 “Una rosa è una rosa è una rosa è una rosa”.

9 Devo ringraziare Giovanna Cosenza e il suo post “L’invasione delle donne imbambolate con la bocca aperta” pubblicato il 07/01/2014 nel blog DIS.AMB.IGUANDO per questa suggestione.

sivo comune, una forma patemica dove le pose, quelle che abbiamo definito come *abiti facciali*, creano un montaggio di temporalità diverse. Scattata nel 1922, l'opera di Man Ray ritrae Gertrude Stein mentre posa di fronte a un suo ritratto dipinto da Picasso. La scrittrice, autrice della poesia *Sacred Emily* di cui abbiamo brevemente preso in considerazione un verso, afferma: "Posai per lui [Picasso] tutto l'inverno, per più di ottanta volte. Alla fine cancellò la testa, dicendomi che non mi poteva più guardare. Poi partì di nuovo alla volta della Spagna [...] Appena tornato ridipinse la testa, senza avermi vista. Mi diede il quadro: questo ritratto, per me, è il mio io, l'unica mia riproduzione in cui trovo immancabilmente il mio io". (Belting [2013] 2018, p. 202).



Immagine 3: Il ritratto di Gertrude Stein firmato da Man Ray

Nel ritratto di Picasso, eseguito tra il 1905 e il 1906, la maschera faciale è ridotta al minimo figurativo, i tratti del volto semplificati e la palette cromatica utilizzata piuttosto omogenea. Così come nel ritratto di Rajkowski, anche nel ritratto di Man Ray assistiamo alla messa in scena di una doppia maschera, ma con una sostanziale novità rispetto a *Buying Myself Back...* Nella fotografia del dadaista, Gertrude Stein riproduce la maschera rappresentata nel dipinto. Si tratta di un *type* facciale che Picasso aveva modellato sulla base di una maschera africana con cui il pittore era entrato in contatto nell'estate del 1906 durante il suo soggiorno nella cittadina spagnola di Osuna. Nella posa scelta per la fotografia di Man Ray anche Stein esegue la maschera del sé mettendo in scena la compostezza enigmatica e senza tempo dell'artefatto africano riprodotto attraverso un preciso *abito facciale*, quello dello sguardo a bassa intensità perché perso nel fuori campo, così da annullare lo scambio tra guardante e guardato. Nel ritratto di Man Ray assistiamo a un'inusuale triangolazione di sguardi, una moltiplicazione delle posizioni di osservazione per cui la maschera di Stein ad opera di Picasso rivolge lo sguardo alla maschera di Stein ritratta da Man Ray che guarda al di là della cornice senza interpellare l'osservatore. E in questo spazio di prospettive in tensione si situa anche il nostro sguardo, il quale non può che cogliere la presenza della scrittrice in costante relazione dialettica con la sua maschera o, forse potremmo dire, con la sua meta-maschera.

Arrivata a questo punto vorrei dare un ultimo passo e provare allora a mettere in correlazione i due ritratti *en abyme*. Nelle opere di Rajkowski e di Man Ray a far la differenza è, a mio avviso, il discorso che opera sul livello delle sostanze dell'espressione. Il digitale, nel suo formato scarso, e la fotografia analogica, nell'interazione con il piano del contenuto, danno forma a una messa in scena dell'identità differenziale. Sebbene in entrambi i casi l'esecuzione dell'immaginario identitario

passi attraverso l'esecuzione di una doppia maschera, credo vi sia una discrepanza fondamentale da prendere in considerazione. Nel ritratto *Buying Myself Back: A Model for Redistribution*, ad essere rivendicata è l'unicità del *type* facciale garantito dal certificato di proprietà che permette il processo di *tokenizzazione*, mentre nel ritratto di Gertrude Stein è il *token* dell'io a essere considerato come immutabile grazie al "certificato di presenza", il quale, si potrebbe dire con Barthes, ([1980] 2003, p. 87) caratterizza la fotografia e garantisce "l'irrevocabilità di ciò che è stato e non può più essere messo in dubbio", come scriveva Italo Calvino ne *L'avventura di un fotografo* racconto parte del volume *Gli amori difficili* ([1970] 1990, p. 39).

Questa interpretazione dà però adito a un interrogativo ulteriore: la tipificazione del sé che sembra garantire l'interazione del processo di *tokenizzazione* nel genere del ritratto contaminerà anche la nostra percezione dell'identità come unica e singolare?

Bibliografia

Barthes, R. (1980) *La chambre claire : note sur la photographie*, Gallimard, Paris (Trad. it. *La camera chiara: nota sulla fotografia*, Einaudi, Torino, 2003).

Belting, H. (2013) *Faces: Eine Geschichte des Gesichts*, C.H. Beck, Monaco di Baviera (Trad. it. *Facce: Una storia del volto*, Carocci, Roma, 2018).

Calvino, I. (1970) *Gli amori difficili*, Mondadori, Milano, 1990.

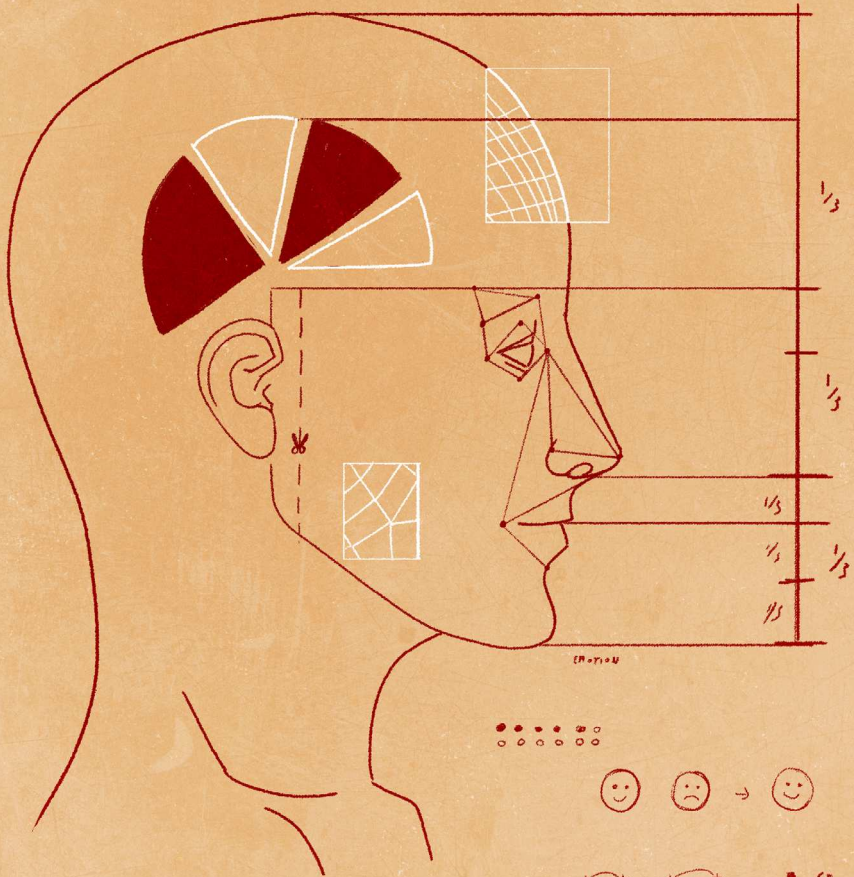
Dondero, M.G. (2020) *I linguaggi dell'immagine. Dalla pittura ai Big Visual*, Meltemi, Roma.

Peirce, C.S. (1931–1935). *Collected Papers, 8 vols*, Harvard University Press, Cambridge, MA.

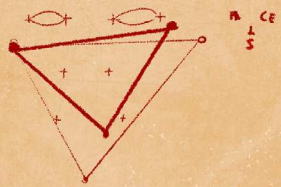
Quaranta, D. (2021) *Surfing con Satoshi: Arte, blockchain e NFT*, Post-media Books, Milano.

Warburg, A. (1929) *Die Erneuerung der heidnischen Antike: Kulturwissenschaftliche Beiträge zur geschichte der europäischen Renaissance*, Akademie Verlag, Berlino.

Wetzel, L. (2018) “Types and Tokens”, *The Stanford Encyclopedia of Philosophy* (Fall 2018 Edition), Edward N. Zalta (ed.), URL = <<https://plato.stanford.edu/archives/fall2018/entries/types-tokens/>>.



EN-71-44



Meta-Maschere

Marco Viola

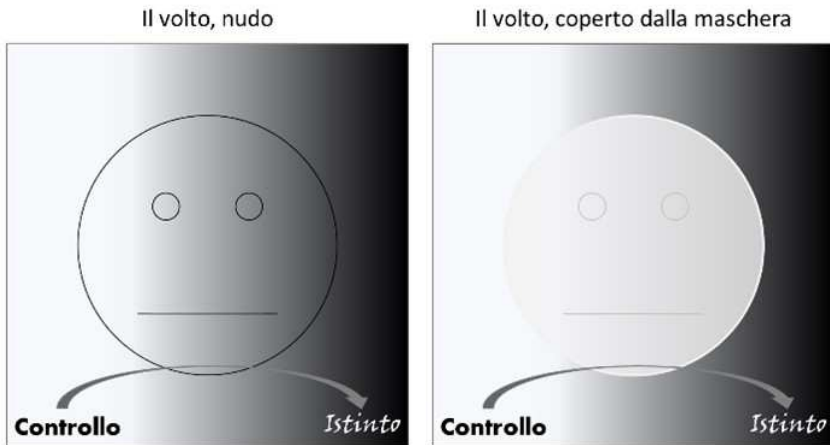
Due tesi su volto e maschera

La faccia è un oggetto di ricerca elusivo. Talvolta, per analizzarla prendo a prestito gli sguardi che offrono gli scienziati, il cui *diktat* metodologico impone di imbrigliarla in regolarità che vorrebbero universalizzabili a tutta la specie umana (e se possibile, perché no, ad altre specie!). Immancabilmente, presto o tardi quest'approccio "cozza" contro il caleidoscopio delle storie individuali; delle norme culturali; e di chissà quali altri imprevisi idiosincratichi che resistono (birichini!) a una modellizzazione elegante ed efficace. D'altro canto, nemmeno mi convincono quelle letture tutte culturologiche che concepiscono e ci presentano la faccia come una sorta di "foglio bianco" su cui i nostri riti e abitudini, le nostre rappresentazioni grafiche e più in generale la nostra culturale materiale possano inscrivere qualsivoglia significato. Da questo punto di vista, i volti sono un crocevia tra natura e cultura.

E non solo da questo punto di vista. Nel volto, certe possibilità di movimento prevalentemente dipendenti da una scelta deliberata – si pensi alla fonoarticolazione – si intrecciano e mescolano con altre largamente involontarie e istintuali, di cui siamo poco o per nulla consapevoli – lo sa bene chi come me soffre di tic nervosi; ma anche chiunque arrossisce a causa dell'imbarazzo, magari generando ulteriore (meta-)imbarazzo a chi si svela imbarazzato. Questo passaggio tra controllo e istinto è, verosimilmente, sfumato piuttosto che nitido.

Si potrebbe dire che le maschere, di qualsiasi tipo esse siano – da quelle usate nelle rappresentazioni teatrali alle maschere da sub – tendono a imbrigliare ciò che nei volti è naturale e incontrollato per ricondurlo a una significazione sociale o una funzionalità tecnologica culturalmente normate. La maschera teatrale priva chi la indossa del volto che gli è toccato in sorte – e che di solito gli tocca tenersi, al netto del make-up e della

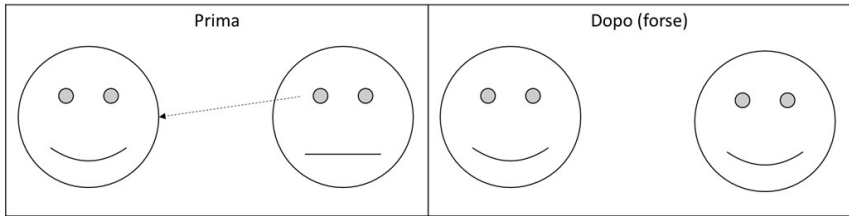
chirurgia estetica – per conferirgli quello di un Arlecchino, un Pulcinella, o chissà quale altro personaggio. La maschera da sub protegge i nostri occhi, naso e bocca mentre guardano e respirano. (Incidentalmente, nel farlo conferirà anche un nuovo aspetto al portatore). Anche se probabilmente si possono immaginare alcune eccezioni, mi pare si possa asserire che nella maggior parte dei casi indossare una maschera faccia riguadagnare, tramite la tecnologia, una qualche forma di controllo su qualche funzionalità del volto e/o su ciò che esso può esprimere.



Una maschera, insomma, ci rende meno *nudi*. Per certi versi, la faccia potrebbe essere il più intimo degli organi del corpo: è verosimilmente quello che più rivela di noi. Tipicamente, infatti, si scoprono molte più cose di noi guardandoci in volto che fissando le nostre gambe, l’ombelico o le pudende. Sorprende dunque che la faccia sia raramente censurata dalle norme sociali sul pudore. Forse la diffusione degli occhiali da sole dipende proprio da un bisogno di sottrarre una zona così intima come gli occhi allo sguardo del prossimo. E quando penso al momento iconico in cui John Belushi, nei panni del cantante Jake Blues (*The Blues Brothers*,

1980) abbassa gli occhiali da sole per stregare con uno sguardo intenso l'ex fidanzata, il suo gesto si configura come uno *spogliarello*, un abbassare la barriera, una concessione di intimità.

In effetti, avendo facce tutto sommato simili, la maggior parte degli esseri umani si identifica in un qualche senso nel volto del prossimo e nei suoi movimenti¹. Questo riconoscimento prende talvolta la forma di una sincronizzazione motoria: come un impulso a riprodurre gli stessi movimenti muscolari del volto osservato. Questa sincronizzazione motoria, si dice spesso, starebbe alla base dell'empatia – o per lo meno di certi tipi di empatia.



Sintetizzandole, le mie tesi si possono esprimere così:

T1) le maschere servono ad addomesticare ciò che del volto non abbiamo scelto e non controlliamo;

T2) la sincronia nei movimenti del volto sta alla base dell'empatia.

Non sono tesi incontestabili. Tuttavia, nel resto di questo articolo le assumerò come ipotesi di lavoro per ideare due prototipi di *meta-maschere* che partono da questi assunti per ribaltarli, nel primo caso, o sfruttarli, nel secondo. Il suffisso “meta” qui allude al fatto che, a differenze delle maschere tradizionali, quelle che andrò a descrivere presuppongono la codifica e decodifica di certi dati che provengono e/o vanno

¹ Dico “la maggior parte” anziché “tutti” perché taluni soffrono di condizioni talvolta patologiche che impediscono loro di muovere il volto o di interpretare la tonalità emotiva dei movimenti nel volto altrui: ricordiamocene.

verso un volto. Nel seguito di questo articolo, dunque, mi spoglierò del mio abito di filosofo per improvvisarmi “designer” di questi due artefatti.

L’anti-maschera²

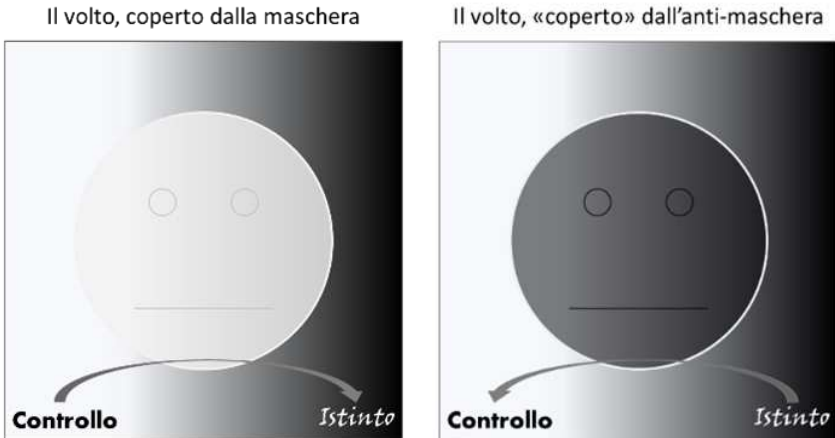
Le maschere tengono a bada l’identità che ci è toccata in sorte. Celano (foss’anche solo in parte) le espressioni che l’emozione può dipingere sul nostro volto. Certo, celano anche quelle che produciamo noi stessi tramite movimenti volontari; ma concentriamoci per ora sulla loro capacità di contenere ciò che si sottrae al nostro controllo. Se vado in giro mascherato, quel che vede chi osserva la mia faccia non è più, appunto, la mia faccia, che di norma non mi sono scelto io: è un’altra faccia, che di norma ho scelto io³. La maschera nasconde qualcosa (per rivelare qualcos’altro). Un giocatore di poker che temesse (un po’ paranoicamente?) che gli avversari, intercettando i suoi movimenti oculari, intuissero le sue carte, potrebbe indossare degli occhiali da sole, privandoli così dell’informazione visiva relativa a dove vaga il suo sguardo (al prezzo però di rendere manifesto il suo desiderio di nascondere qualcosa!). Una persona che non volesse mostrare le proprie rughe o chissà quale caratteristica della pelle potrebbe tentare di dissimularla dietro il fondotinta. E via dicendo.

Parafrasando la tesi T1: le maschere *ci rendono meno nudi*. Ma è necessario che sia così?

² L’idea dell’anti-maschera è stata incubata durante un esercizio di design concettuale promosso dalla dott.ssa Cristina Voto a margine del workshop *Le Future du Visage*, svoltosi a Parigi il 29 ottobre 2021.

³ Tuttavia, è pur sempre possibile che qualcuno ci *imponga* a forza delle maschere, come nel caso dello sventurato gemello del Re di Francia Luigi XIV nel film *La maschera di ferro* (1998); o di coloro a cui veniva imposta la mordacchia, strumento di tortura e umiliazione che l’Inquisizione impiegava per silenziare alcuni senturati

Il primo oggetto che voglio qui brevemente prendere in considerazione assieme a voi nasce da una semplice intuizione: sovvertire T1. Dobbiamoci: è possibile immaginare (e magari, perché no, costruire) una maschera che renda *più* nudi?



Dopotutto, l'incedere delle neurotecnologie sta spalancando le porte dei nostri corpi: sempre più numerosi sono i parametri traducibili in pacchetti di *bit*; sempre più raffinata è la capacità delle tecnologie di intervenire sui nostri corpi⁴. Si noti bene che non sempre il dato più utile a fini predittivi è quello più invasivo: per contare i battiti del nostro cuore, gli odierni smartwatch non hanno bisogno di sofisticate operazioni cardiocirurgiche che installino sensori sul miocardio: la misurazione periferica del polso basta e avanza.

Ora, immaginiamo che l'anti-maschera raccolga numerosi indicatori fisiologici relativi al soggetto che la indossa. Un elenco non esaustivo:

⁴ Non mi dilungo qui a fornire esempi di neurotecnologie, né a passare in disamina le loro importantissime implicazioni etiche: per una discussione proverbiale, rimando al libro *Intelligenza². Per un'unione di intelligenza naturale e artificiale* di Marcello Ienca.

pressione sanguigna; frequenza respiratoria; battito cardiaco; conduttanza cutanea⁵; dilatazione delle pupille; livello di glucosio nel sangue. Se presi singolarmente questi indicatori sono difficilmente interpretabili, esaminarne diversi assieme permette di azzardare giudizi sullo stato biologico nonché emotivo di un soggetto. Ma se ne possono raccogliere anche altri: ad esempio, l'elettroencefalografia può offrire indizi sull'attività neurale del soggetto con buona risoluzione temporale, permettendo di captare in modo piuttosto preciso il suo stato di attivazione generalizzato (es. veglia o sonno – ma questo poco aggiunge allo sguardo), nonché suggerendo alcuni pensieri che il soggetto intrattiene – sia pure con incertezze intrinseche difficilmente superabili dalla tecnologia, poiché legate alla complessità del sistema nervoso e all'imprecisione della tecnica. Ma andiamo avanti: immaginiamo che l'anti-maschera possa raccogliere ad esempio dati piuttosto precisi sulle intenzioni motorie tracciando i potenziali d'azione a livello dei muscoli (facciali, ma non solo) attraverso degli elettrodi. Idealmente, questa mappa potrebbe rivelarci anche le “tentazioni motorie” suggerite dall'ambiente, che il soggetto reprime grazie ai meccanismi di controllo cosciente.

Cosa succederebbe se tutti questi dati venissero “proiettati” sull'anti-maschera? Questi dati potrebbero essere esposti in forma pura: semplici grafici che mappano l'andamento dei singoli parametri. Ma potrebbero anche pragmaticamente venire rielaborati in modo da derivarne inferenze significative dal punto di vista psicologico: per esempio, una tendenza (repressa) a contrarre la mascella assommata a un innalzamento del battito cardiaco potrebbe venire interpretato come un probabile innalzamento dell'aggressività, che potrebbe venire associato a un determinato simbolo sulla superficie dell'anti-maschera.

5 La conduttanza cutanea misura la capacità di trasmissione elettrica al livello della pelle – il cui innalzamento è dovuto alla sudorazione.

Non è necessario peraltro che i dati siano raccolti in tempo reale. Dato il riconoscimento di una determinata fisionomia, magari abbinata ad un certo tono di voce, un'anti-maschera potrebbe identificare la persona che la indossa e accedere a un database contenente informazioni rilevanti su di essa. Informazioni che potrebbero quindi essere proiettate sul display dell'anti-maschera. Uno sguardo ad esso potrebbe quindi rivelare se la persona che la indossa ha la fedina penale pulita o sporca (e per quale crimine); se ha pagato regolarmente le tasse; qual è il suo grado di istruzione, la sua età, il suo genere alla nascita; qual è la cronologia del suo browser; e via dicendo.

Già, ma *dove* esattamente verrebbero proiettati questi dati? Perché si parli di anti-maschera, è necessario che questi compaiano sulla faccia del soggetto che la indossa – o per lo meno nei suoi dintorni. Questo però, si noti bene, significherebbe rinunciare ad alcune porzioni di superficie facciale. E non è detto che, per quanto sia sofisticata la tecnologia che sta dietro all'anti-maschera, le informazioni che da essa trapelano siano più facilmente accessibili e interpretabili da un osservatore umano rispetto all'espressione facciale che essa rischierebbe di celare. Per intenderci, se qualcuno volesse picchiarmi, la sua faccia nuda probabilmente me lo svelerebbe piuttosto in fretta, dandomi magari il tempo di reagire o fuggire; ma se costui o costei indossasse l'anti-maschera, questo vantaggio temporale sarebbe probabilmente sprecato nel tentativo di interpretare gli indizi di ostilità. Questa mia difficoltà ad immaginare una superficie più indicativa del nostro comportamento rispetto alla nostra faccia mi suggerisce che, almeno nelle mie intuizioni, è *difficile che qualcosa ci renda più nudi di quanto non lo siamo con il volto scoperto*.

Ma in ogni caso, *a che* potrebbe servire l'anti-maschera? E inoltre: *a chi*? Qualche epigona o epigono di Marina Abramović in salsa trans-uma-

na potrebbe volerla indossare per sperimentare col linguaggio dell'arte le nuove frontiere dell'intimità. Ma a parte questo contesto, ogni tentativo di immaginare un utilizzo diffuso dell'anti-maschera difficilmente sfuggirebbe da un orizzonte distopico di controllo biopolitico. Chi vorrebbe mai vivere in una società in cui tutti veniamo "messi a nudo" poiché un dispositivo posto sul nostro volto vomita fuori dettagli intimi sul nostro organismo e sulla nostra biografia – dai nostri parametri fisiologici alle nostre pagelle scolastiche? Casomai, si potrebbe desiderare che *alcune informazioni* su di noi venissero proiettate sul nostro volto: per esempio, i nostri successi. Ma vagliare questa possibilità significa abbandonare la nozione di anti-maschera, che per definizione ci deve rendere più nudi. In effetti, l'anti-maschera ci spoglierebbe non solo della nostra privacy: riducendo la nostra capacità di ingannare, ci spoglierebbe anche della nostra *agency semiotica*.

Le maschere mimetiche

Meno cupi sono gli scenari evocati dal secondo tipo di meta-maschera che intendo proporre: le *maschere mimetiche*. Come accennato nell'introduzione, queste maschere sfruttano ed espandono un principio piuttosto condiviso presso la comunità scientifica: e cioè che vedere movimenti facciali altrui potrebbe portarci a copiarli – anche se questa tendenza alla copia potrebbe restare latente, in forma di potenziale d'azione, senza necessariamente tradursi in un movimento speculare compiuto; e che a partire da questa sincronizzazione motoria può originarsi una sincronizzazione emotiva (T2). Non è necessario (né forse plausibile) sostenere che questo meccanismo di rispecchiamento sia l'unico modo per empatizzare col prossimo: perché le maschere mimetiche siano possibile, ci basta che sia *un modo*.

Sappiamo che chi si sincronizza a noi tenderà a venir percepito come più socialmente vicino. Storpiando il celebre detto, “chi ci somiglia ci piglia”.

L’idea alla base delle maschere mimetiche, dunque, è piuttosto semplice. Innanzitutto, parlo di maschere – al plurale – perché le maschere mimetiche, per funzionare, devono essere sempre almeno due: una *maschera mittente* e una o più *maschere riceventi*.

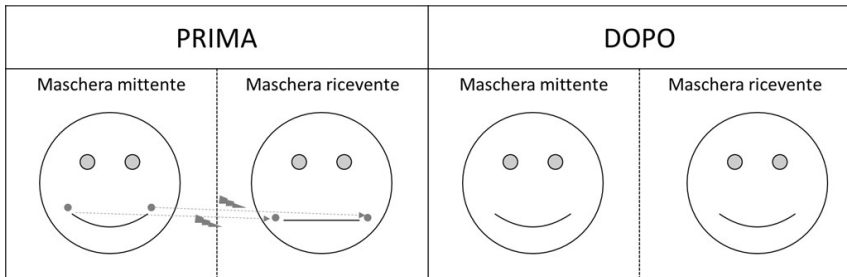
La maschera mittente non è altro che un dispositivo che registra i movimenti di un volto e li traduce in informazione. Questa registrazione può avvenire in più modi: “dall’interno”, attraverso elettrodi capaci di captare l’attività elettrica dei muscoli; o “dall’esterno”, attraverso sistemi di *motion capture*⁶ – telecamere sensibili ad appositi segnalatori piazzati strategicamente in corrispondenza delle zone più mobili del volto. La prima avrebbe forse il vantaggio della precisione, ma a discapito di limitare la libertà di movimento del soggetto che indossa la maschera mittente. Quale che sia la fonte, il segnale andrebbe convertito, verosimilmente, in livelli di attivazione relativi a ciascun gruppo muscolare per ogni momento – non dissimilmente dal Facial Action Coding System (FACS) proposto da Paul Ekman e Wallace Friesen, che ancora oggi sta alla base di diverse tecnologie di *face reading*. Tecnologie, si noti, già disponibili oggigiorno.

Questo segnale sarebbe quindi trasmesso a una o più maschere riceventi. Le maschere riceventi, in una forma prototipica piuttosto grezza, sono un insieme di elettrodi applicati sui gruppi muscolari di un soggetto. Come è facile immaginare, lo scopo degli elettrodi è sollecitare un’attivazione muscolare – magari anche solo leggera – basata sul segnale della corrispettiva zona muscolare nella maschera mittente, tipicamente in tem-

6 Per intenderci, la *motion capture* è la tecnica grazie alla quale il volto mostruoso di Gollum ne *Il signore degli Anelli* o i volti alieni in *Avatar* sono stati giustapposti digitalmente alla recitazione di attori umani.

po reale. Auspicabilmente, forme più sofisticate di stimolazione muscolare potrebbero mitigare o addirittura evitare l'effetto "strumento di tortura" (avevo promesso scenari *meno* cupi, non totalmente indolori!). In ogni caso, per quanto fastidiosa possa risultare, l'elettrostimolazione, a livelli leggeri, non è particolarmente pericolosa: lo stesso Ekman racconta, nella sua autobiografia scientifica, di essersi sottoposto a lunghe sessioni proprio al fine di redigere le mappe mio-anatomiche facciali che stanno alla base del FACS. E mentre scrivo queste righe scopro che esiste un mercato degli elettrostimolatori che prometterebbero di eliminare le rughe.

Il risultato finale, in ogni caso, è che la maschera ricevente tenderà a riprodurre i movimenti della maschera mittente per così dire "bypassando" il sistema cognitivo dell'osservatore. Anzi, non è nemmeno poi necessario che il soggetto o i soggetti riceventi debbano stare attivamente osservando il soggetto mittente: un po' come già avviene oggi con la pratica diffusa della *teledildonics*⁷, il ricevente potrebbe ricevere degli impulsi pur trovandosi in tutt'altro luogo rispetto al mittente, senza alcun bisogno di contatto visivo – con la differenza che gli impulsi arriverebbero diversi decimetri più in alto di quanto di solito non arrivano quelli della *teledildonics*.



⁷ Il lemma "teledildonics" si riferisce all'insieme dei sex toys controllabili a distanza.

Ovviamente, non c'è ragione per cui i riceventi *non debbano* vedere il mittente. Vedendolo, anzi, i meccanismi di rispecchiamento intrinseci e quelli estrinseci potrebbero assommarsi. Oppure – se l'informazione visiva riguarda un altro mittente, o anche solo lo stesso mittente con qualche sfasamento temporale rispetto a quella veicolata dalla maschera – si potrebbe creare un conflitto tra i due tipi di informazione.

Che impieghi potrebbero trovare le maschere mimetiche? A mio giudizio, numerosi, in diversi ambiti. Tanto per iniziare, potrebbe essere un potente strumento a disposizione degli psicologi e neuroscienziati interessati a indagare più a fondo i meccanismi di rispecchiamento motorio ed emotivo. Ad esempio: secondo i teorici della simulazione incarnata, la nostra decodifica degli stati emotivi di coloro che osserviamo passa anche da una 'lettura' dei potenziali d'azione dei *nostri* movimenti muscolari, influenzati inconsciamente da un meccanismo mimetico; mentre per altri, l'interpretazione dello stato emotivo altrui dipenderebbe più da meccanismi cerebrali più "centralizzati" che dal rilevare l'attività muscolare. Ebbene, sarebbe interessante, per mettere a confronto le due teorie, costruire un esperimento che misuri l'empatia e la capacità di riconoscimento emotivo in due o più gruppi di soggetti. Tutti i soggetti dovrebbero indossare la maschera mimetica ricevente durante l'esperimento; tuttavia, laddove il gruppo di controllo riceverebbe informazioni visive congruenti alle stimolazioni che riceve dalla maschera (vedrebbe cioè proprio il soggetto che ha indossato la maschera mittente che ha prodotto quel pattern di stimolazioni), i gruppi sperimentali potrebbero vedere nessun volto oppure un volto dai movimenti incongruenti. Se davvero hanno ragione i teorici della simulazione incarnata, dobbiamo aspettarci che il gruppo sperimentale abbia migliore comprensione emotiva e maggiore empatia rispetto agli altri due.

Ma le maschere mimetiche potrebbero trovare terreno fertile anche al di fuori delle mura dei laboratori. Per esempio, uno stesso spettacolo teatrale o film potrebbe essere rivisto due volte, sincronizzando però la propria maschera ricevente sulla maschera mittente di due personaggi diversi: sarebbe la stessa esperienza estetica? Oppure, visto che prima si è tirata in ballo la teledildonics, una maschera mimetica potrebbe essere innovare le rappresentazioni e/o le interazioni erotiche a distanza. Dopotutto, non solo gli organi genitali sono zone erogene: e se osservare il volto di un partner sessuale (o di un attore) sciogliersi in una smorfia di piacere può risultare appagante, perché non dovrebbe essere altrettanto appagante venire sincronizzati su quella smorfia?

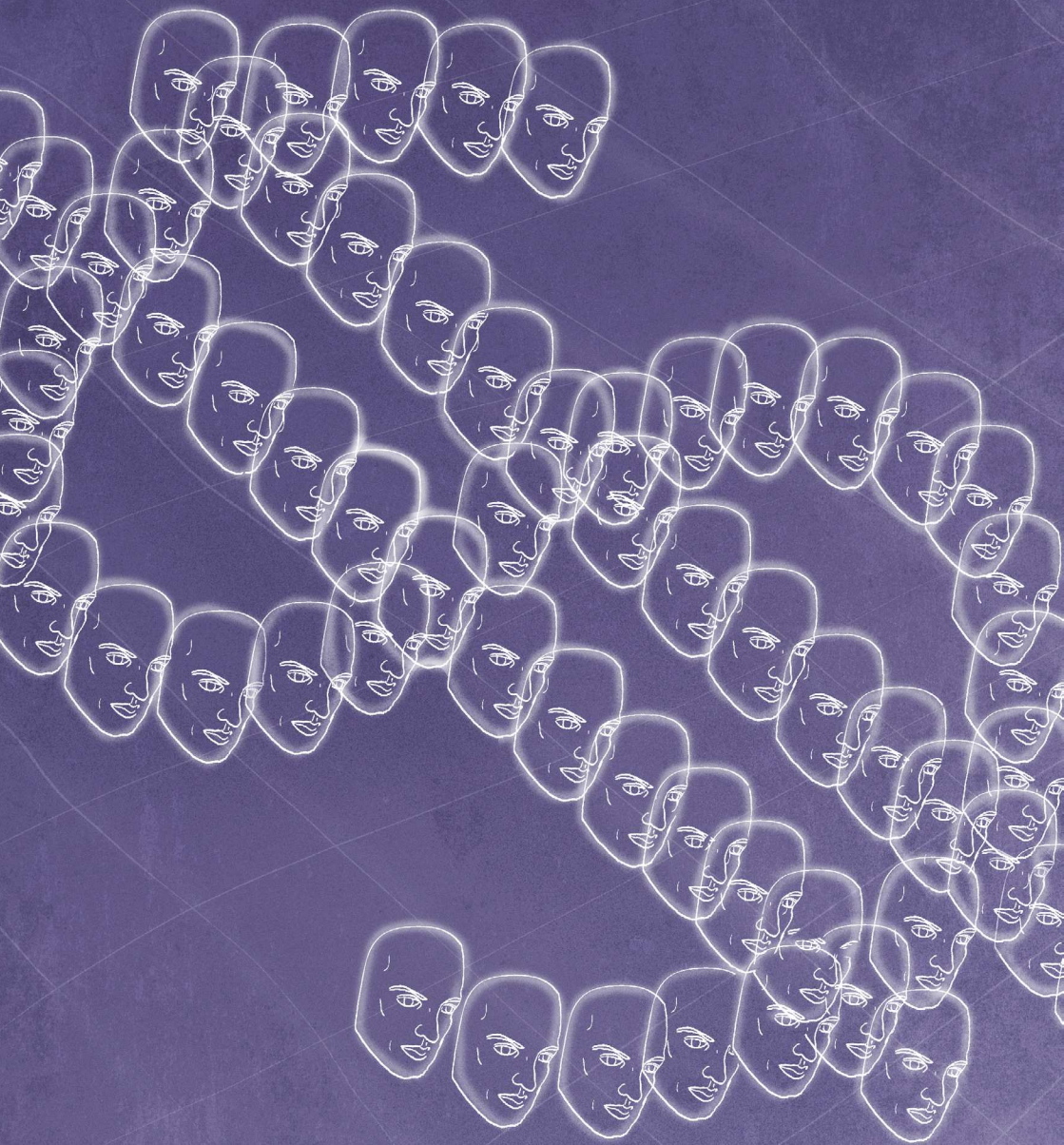
Un bilancio filosofico

Non è detto, e forse nemmeno è probabile, che questi due tipi di meta-maschere vedano mai la luce: la mia frequentazione della letteratura neuroscientifica, per quanto intensa, non basta ad assicurare che esistano leve ingegneristiche per condurre i principi a cui mi appello (T1 e T2) verso le direzioni che ho descritto. E tuttavia, anche se non nascondo che sarei curioso di vederne sviluppare dei prototipi (ancorché preoccupato di possibili abusi), queste due meta-maschere ci insegnano qualcosa anche soltanto se immaginate – allo stadio cioè di esperimenti mentali.

Ad esempio, sfidando la tesi T1 l'anti-maschera sembra in grado di mettere sotto pressione le nostre intuizioni di cosa conti come maschera. Sì, certo: la maschera è qualcosa che si poggia sulla faccia. Ma di solito, sta lì per celare qualcosa, mentre in questo caso starebbe lì per svelare. Siamo ancora disposti, dunque, a chiamarla *maschera*?

La maschera mimetica è un oggetto la cui ispirazione è di natura più empirica che filosofica. Ma anch'essa, come l'anti-maschera, sembra co-

munque suggerirci, nella sua *concepibilità*, una tesi filosofica di cui conviene prendere consapevolezza per navigare nel meta-verso che ci viene prospettato nel nostro futuro: e cioè che siamo già disposti a concepire il volto (il più sociale degli organi del corpo) come scomponibile e traducibile in flussi di dati, e in quanto tale smembrabile e mobilitabile nelle sconfinite non-praterie dell'universo virtuale.



Il post-valore del volto (o il valore del post-volto?):

dai CryptoPunk a Sultan Gustaf Al Ghozali

Bruno Surace

A fine gennaio 2022 alcune testate danno la notizia di uno studente indonesiano, tal Sultan Gustaf Al Ghozali, che sarebbe diventato ricco “per caso”, vendendo i suoi selfie in qualità di NFT, sul marketplace OpenSea. Il ragazzo si è in sostanza scattato delle foto davanti al pc, una al giorno, per un numero di mille, e poi ha scherzosamente provato a piazzarle a prezzi risibili in Ether (attualmente la criptovaluta più famosa al mondo, insieme con il Bitcoin). Per qualche motivo invece è arrivato a totalizzare qualcosa come un milione di dollari, in mezzo a quella che è chiaramente una bolla che ha iniziato a gonfiarsi nel 2021 – il mercato dei *non fungible token* che sembra promettere ricchezze *ex nihilo* a chiunque. Una specie di lotteria globale i cui biglietti sono file di qualsiasi tipo.

Ora, la cosa che più colpisce di questa notizia è che la notizia non colpisce. Si perde anzi nel flusso di notiziucole e scemenze che puntellano in maniera parrebbe incontrovertibile la nostra quotidianità, in uno stillicidio cognitivo.

Al contrario è forse invece bene prendersi un attimo di respiro, provare a isolarla dal flusso (immaginiamo come metterla di lato, prima che venga travolta da tutta un'altra serie di trafiletti), e capire che cosa ci dice; in prima istanza dando per buono che non si tratti di una panzana. Ne hanno parlato diversi giornali, ma meglio mettere le mani avanti, vista la facilità con cui si possono produrre notizie false oggi; se domani si scoprisse che la storia è falsa, il mio discorso comunque non cambierebbe di una virgola. Dunque, la notizia ci dice anzitutto che oggi se non sei padrone di un nuovo vocabolario eternamente *in fieri* (NFT? OpenSea?? Ether???) allora ti perdi irrimediabilmente dei pezzi di mondo; e purtroppo vale così un po' per tutto, ragione per cui uno dei grandi mali del presente – difficilmente sondabile ma generatore, ne sono certo, di profondi dolori – è la cosiddetta *FOMO* (e rieccoci con acronimi

e locuzioni che sbucano dal nulla, anch'essi parti del problema). *Fear Of Missing Out*, paura di essere tagliati fuori, potremmo dire “sindrome dei treni persi”. A chi giova quest'ansia generalizzata? A qualcuno senz'altro, perché l'ansia richiede compensazioni, e la *retail therapy* è la soluzione pronta all'uso. Nessuno ordina cibo a distanza o compra nei negozi online bene come gli ansiosi.

Ci dice poi che oggi ci sono nuovi *serbatoi* di valore, che è tanto valore semiotico quanto economico. In entrambi i casi, ecco perché colpisce il fatto che la notizia non colpisca; siamo infatti di fronte a un mistero. O meglio a un mistero in un mistero. Il primo è il fatto che gli NFT si configurino sempre di più come oggetti virtuali su cui costruire speculazione valoriale, iniettando in un sistema progettato alla radice per essere libero (l'internet) orizzonti di esclusività e di scarsità. Mentre generazioni di accademici sopravvivono – al sistema e, ahimè, a loro stessi – piratando i propri stessi libri su server russi, lottando per una conoscenza aperta e accessibile, una parte della comunità internettiana invece elabora “smart contract” e chiusure di altro tipo, sulle quali costruire fortune. Già questo, per alcuni, è un discorso da *boomer* (ancora la neolingua). Il mistero superiore, la causa della “bolla” innescata da certi furbacchioni del mercato dell'arte, è il valore semiotico. Ghozali, che sembra anche molto simpatico (l'operazione del postare un selfie al giorno con espressione monocorde è sintomo di una certa verve), non è che abbia proprio rivoluzionato l'arte producendo delle meraviglie. Non lo dico, si badi bene, con intento bacchettone. “Una volta c'era Michelangelo, ora la banana di Cattelan, che scempio!”. Posso capire la banana di Cattelan, sebbene non mi sembri rivoluzionaria nemmeno quella (i tagli sulle tele di Fontana sì, per intenderci); posso anche, *perfettamente*, capire l'arte digitale, l'estetica dei meme, la *chiptune*, tutto quello che volete. Il punto è che nei selfie di Ghozali, il cui volto, senza ironie, mi sembra di straordinaria gra-

zia, non c'era la scintilla dell'innovazione: la pratica del selfie quotidiano reiterato per lungo tempo è già archeologia di internet, è cosa già vista. Chi non è un *boomer* lo sa, e chi vende e compra NFT non è, per antonomasia, un boomer. E quindi il mistero del valore semiotico si infittisce: se il valore non è nel testo di per sé, e però qualcuno è disposto a pagare cifre spropositate per un oggetto come ce ne sono miliardi (un selfie), è normale che noi non ci si interroghi su cosa sta capitando?

La terza cosa che ci dice tutta la storia è che, di nuovo, *ab aeterno*, il volto gioca in questa bislacca partita un ruolo non da poco. Non già o non solo perché in fondo quello che ha fatto Ghazali è stato vendere a tutti gli effetti *qualcosa* della sua faccia (e quando dico venderla intendo *venderla*, ché chi compra un NFT lo fa in maniera incontrovertibile), ma perché prima di lui e dopo di lui già alla stessa stregua si è fatto. La “NFT craze”, così ne hanno parlato negli ultimi tempi, iniziata nel 2021, ha a che fare in effetti proprio con delle faccine, una serie nota come CryptoPunk. Si tratta di piccoli personaggi in pixel art sviluppati, mi dice Wikipedia, dallo studio *Larva Lab*. Gli stessi che hanno progettato gli “autoglifi”, e che più recentemente si sono inventati i *Meebits*, simili nel *concept* ai Cryptopunk, ma in 3D, stile Minecraft. Siamo nell'ambito della *generative art*: figurine triviali, generate algoritmicamente in 10.000 pezzi, e divenute oggetti da collezione ricercatissimi, a tal punto che il numero 9998 è stato battuto all'asta per la modica cifra di mezzo miliardo di dollari, milione più, milione meno. Spendendo quanto una piccola manovra finanziaria di un medio Stato qualcuno si è aggiudicato la proprietà di un triviale volto digitale, composto da 24x24 pixel, e che comunque tutti possono vedere ugualmente. Poi però qualcuno ha scoperto che forse no, non è andata proprio così, che quella compravendita era un caso di *wash trading* per cui in sostanza, compratore e venditore erano la stessa persona. Un *prank*, direbbero online. Ma invece parrebbe che il numero

7523 sia stato per davvero venduto a quasi 12 milioni di dollari; comunque un sacco di soldi. Uso il condizionale perché c'è un *overload* di notizie su questi temi, e orientarsi non è facile. Denaro e senso, senso e denaro, si intersecano in un contesto nuovo, in una bolla speculativa in cui il tema del valore (parola prepotentemente *semiologica*) assume connotati inediti, perfettamente a proprio agio nell'ambiente definito dalla post-verità. Forse, ecco, questa è l'era del post-valore.

Ne aggiungo una: un mio amico, per davvero, un mesetto fa mi ha detto, con estrema nonchalance, di avere venduto una sua foto per 500\$. Con lo stesso sistema di Ghazali, l'ha messa lì e qualcuno l'ha comprata. Lui ha intascato 500\$, qualcuno si è assicurato vita natural durante la possessione esclusiva di un file con l'immagine di questo mio amico. Non la sua immagine – perché quella foto l'ho vista anche io, il mio amico avendola salvata ed essendo ciò perfettamente lecito – ma la proprietà su uno specifico file contenente tale immagine. Chi l'ha comprata, peraltro, è un anonimo. Ma ci torneremo. Nell'era dell'iperriproducibilità tecnica l'immagine di Monna Lisa ce l'ha chiunque, ma il quadro *autentico* solo il Louvre. Un po' lo stesso vale per gli NFT. Ma perché proprio i volti? Attenzione: anche Monna Lisa è, alla fin fine, un volto.

D'altronde il primo vero riconoscimento da parte del mondo dell'arte ai prodotti artistici concepiti da intelligenze artificiali è stato per Edmond Belamy, che in effetti è un ritratto, e quindi la riproduzione di una effigie. Chi conosce vagamente come funzionano le *GAN* (reti generative avversariali) che lo hanno prodotto potrà vedere in effetti il loro peculiare “tratto” (ragion per cui qui lancio l'idea di una *Generative Adversarial Semiotics*, ancora tutta da sviluppare), che si manifesta con una sorta di incertezza tutta conchiusa in un volto accennato ma non interamente riprodotto. Contribuiscono a farne una grande opera d'arte – sono serio, mi piace molto – certe campiture quasi impressionistiche, lo sfondo

scuro caravaggesco, e l'inconsueto posizionamento all'interno della tela, decentrato a tal punto da tagliarne la fronte. Un ritratto sfocato e decentrato, ma pur sempre un ritratto. Così come luogo effettivo di prova della potenza delle reti neurali è un sito internet in cui queste riproducono immagini di volti: <https://thispersondoesnotexist.com>.

E ancora che cos'è il metaverso se non un luogo dove si può essere finalmente se stessi proprio incarnando l'altro da sé con nuovi volti, che ad oggi sembrano piuttosto simili a quelli degli avatar della vecchia e abbandonata *Second Life*, ricordo di una internet preistorica oggi rispolverato solo come termine di paragone in saggetti di tono pamphlettistico tipo questo, ed evocata a specifica funzione cimiteriale? Naturalmente comperando, all'interno di questo meta-ambiente in cui si entra non a caso con uno schermo sulla faccia (il visore), un po' quello che si vuole, e allo stesso tempo vendendo parti di un sé totalmente *dataizzato* (do ragione piena a Yuval Noah Harari e al paradigma dataista). In altri metaversi pre-zuckerberghiani succedeva già da tempo la stessa cosa, comunque: basta fare un giro sui server di GTA, o ancora osservare il fenomeno Fortnite, che alla base è un gioco *free-to-play*, però poi se vuoi ti puoi comprare le "skin" belle (in sostanza dai valore alle "pelli" che indossi, anche monetario, sebbene non abbiano di fatto reale incidenza sulle modalità di gioco). Che volto indosseremo nel metaverso? Ovviamente c'è già un filtro Snapchat in realtà aumentata apposto per dircelo, o meglio per mostrarcelo. E se vorremo cambiare "skin"? Allora il metaverso sarà forse come Fortnite, seguirà le stesse dinamiche, ma più "immersivamente", à là *Ready Player One*... e se rivediamo il film ci accorgiamo che Spielberg nel raccontarci l'immaginifica potenzialità della virtualità ci mette anche in guarda dai *demiurghi del sistema* asserviti alle logiche del profitto. Pagheremo nuove pelli, nuove facce, con i soldi, o con il nostro tempo

passato nel sistema fra un cripto-party, la visione di un film con altri utenti collegati, e qualche sponsorizzata qua e là.

Insomma, attorno a nuovi modi di produzione del valore, sempre più intimamente relati con quello che alcuni hanno chiamato *platform capitalism*, che altri hanno definito – vedi Eugeni – “capitale algoritmico”, e che quindi in sostanza non configurano che l’ennesima estensione di un modello economico su un nuovo ambiente, si riscopre nuovamente il volto in una sua dimensione che viene studiata poiché transumana, meccanizzata, criptoqualcosa. Ma quello che qui ci colpisce è che quale che sia la sua valenza estetica e politica, questo nuovo volto è un nuovo oggetto di valore. Se anche qualche collezionista in giro per mercatini, attratto dal magnetismo di una vecchia fotografia, può spingersi a comprarla a una cifra relativamente esorbitante, non si è mai visto prima d’ora che qualcuno potesse vendere la propria immagine (non essendo ella o egli né divi, né altro) così, d’emblée, a cifre astronomiche. Siamo mica tutti la ragazza afgana di Steve McCurry, oppure sì?

Cosa spiega quindi il danaroso exploit del simpatico Ghozali? Una botta forte di fortuna, per non dirla volgarmente? Senz’altro sì. Ma il fatalismo spiega tutto, e saremmo un po’ poveri di spirito a ridurre un evento del genere in tal guisa. Ghozali al contrario andrebbe inteso come un *effetto*, specifico, di una nuova economia semiotica in cui il valore si ricerca come farebbe un rabadomante, un po’ a casaccio, con un bastone speciale capace di identificare i trend poco prima che diventino virali. Il valore intrinseco dei CryptoPunk o del volto di Ghozali è *quasi* inesistente, ma attorno a quel *quasi*, che è un *quasi* del tutto sociosemiotico, c’è la chiave nascosta. Una microespressione, un dato etnofacciale, un glitch, qualcosa di *differente* nel mare magnum della piattezza internettiana fa sì che questi fenomeni testuali possano diventare meme, spopolare su Reddit, divenire popolari su TikTok. E però, immessi nella *blockchain*

prima di diventare tali, essi sono acquistabili. Così, comprando il selfie di Ghozali, meglio se facente parte di una serie numerata (come per i CryptoPunk), uno acquista una specie di predizione, fa una scommessa su un valore che non c'è ancora, e nel farlo contribuisce a fondarlo. Ciò ci dice che forse tutta la premessa dell'inedito contesto è un po' fallace: non funziona allo stesso modo il mercato dell'arte "tradizionale" o la borsa? Non funziona, cioè, spesso e volentieri, per scommesse? Sì, i meccanismi sono gli stessi, ma qui appunto si cartolarizzano volti, o meglio, ancora, diritti di proprietà su file contenenti volti. Una *mise en abyme* un po' tortuosa, ma fondamentale. Sarebbe a dire che il CryptoPunk 7523, quello di cui sopra battuto a quasi 12 milioni, è questo qui:



Se lo state vedendo voi così come lo sto vedendo io significa che chi l'ha comperato non si è accaparrato certo il diritto a uno sguardo esclusivo. Al contrario, ella o egli si sono impadroniti di una matrice (un noumeno più che un fenomeno), che di per sé, di nuovo, non significa nulla (è la traduzione intersemiotica di quello che stiamo vedendo), ma che racchiude forse il valore dell'*idea* che vi è dietro. Un sacco di gente dà più valore alle “prime versioni” di cose che in realtà, nei loro aggiornamenti susseguenti, funzionano meglio. La devalorizzazione della ristampa è quindi non un'operazione critica, quanto piuttosto utopica. Ugualmente per il nostro numero 7523: un valore in potenza racchiuso in un costosissimo pugno di bit è immediatamente tradotto in valore in atto, su cui si scommette circa un incremento futuro. C'è qualcosa di iperuranico nel volto NFT di Ghazali e dei Cryptopunk, e però pure di molto terreno. Aggiungiamo poi che all'interno dell'ecosistema sapientemente numerato dei CryptoPunk sussistono meccanismi di meta-valore; non pretenderemo mica che, su 10.000 “pezzi”, tutti valgano ugualmente? Il 7523 è infatti più raro degli altri (la rarità nella scarsità) in quanto è di tipo “alien” (così classificato per il colore della pelle) ed è l'unico alieno che indossa una mascherina. È la variante anomala in un sistema di invarianti. Potremmo azzardare che vale di più perché è davvero un *non fungible token*, mentre gli altri, quelli più “comuni”, sono in realtà piuttosto dei *non fungible types* – riproduzioni del meccanismo che li ha prodotti senza mostrare evidenti devianze. Capirete da voi quindi la preziosità: questo volto digitale non è un semplice CryptoPunk fra i CryptoPunk, così come non tutte le vedute di Canaletto sono uguali. Questo volto cioè non si limita più a raccontare un singolo contesto, ma, proprio nella sua strutturale limitatezza compositiva – imposta dalla scelta matriciale di lavorare su piccoli gruppi di pixel – è una vera e propria opera aperta a una esplosione di significato, peraltro (e così ne aumenta ulteriormente

il valore, e semiotico, e economico), strettamente descrittivo della contemporaneità. Attraverso un singolo, minimale, volto, passano infatti: la traslitterazione elefantiaca al cripto-mercato digitale, la pandemia tutta conchiusa nella sineddoche della mascherina, una certa estetica punk in cui un personaggetto assume per una minima variazione cromatica le sembianze di alienino, e ancora il valore del volto come crocevia capace di raccontare tutte queste cose.

Se il prezzo vi sembra comunque ancora un po' alto, al limite dell'im-moralità, posso capirlo.

Tornando però alla questione aperta dell'anonimato, sarebbe sbagliato pensare che l'internet delle origini, quella del *free software*, sia stata completamente distrutta da nuovi sistemi del post-valore. Rileviamo, com'è giusto, che questi nuovi attori valoriali incidono molto sulla bilancia generale del sistema, inserendovi nuove varianti assiologiche. Tuttavia alcuni elementi della vecchia internet sembrano rimanere intatti, o addirittura ritornare. Brevemente: quando nacque internet, nessuno si sarebbe sognato di pubblicarvi il proprio nome o la propria faccia. Il mio primo indirizzo e-mail, ancora attivo, era composto dalla crasi dei nomi di due band metal che mi piacevano molto nell'adolescenza. Così l'indirizzo mail era già un biglietto da visita, dava informazione di una mia appartenenza a certe comunità di gusto. Ne andavo tutto fiero, povero me. Poi però, qualcosa è cambiato. Abbiamo iniziato ad avere mail nome punto cognome o cognome punto nome. Ci siamo iscritti a Facebook, abbiamo abbandonato l'anonimato, tradendone il valore. Siamo tutti divenuti nome, cognome, e foto profilo. Ora invece sembra che l'ambiente sia misto: si è nome e cognome, ma si è anche crasi di band metal, in una specie di contraddittoria eteronimia. Su TikTok si recupera l'estetica dei nickname, e tutto il mondo cripto si fonda su una retorica in cui il primo valore è l'anonimato. Sappiamo chi è Ghazali (ma poi per davvero?) ma mica sappiamo chi si è comprato i suoi selfie.

Siamo tuttavia nella curva bassa della campana internetiana. Dei big di internet i volti infatti li conosciamo benissimo.

A meno che non frequentiate certi corsi universitari, o peggio ancora che non siate accademici o nerd di un certo livello (non cioè i nerd *addomesticati* dall'MCU o da Netflix), il nome di Tim Berners-Lee, ad esempio, non vi dirà nulla. Eppure ha inventato il World Wide Web, cioè il sistema che, pur con tutti gli aggiornamenti susseguiti nei decenni, è ancora alla base del nostro utilizzo di internet oggi, almeno dell'internet ipertestuale che passa attraverso un browser. Men che meno vi saranno noti Joseph Licklider e Welden E. Clark, che nel 1962 teorizzavano quella stessa rete che vi rende possibile, sempre oggi, adoperare Whatsapp, YouTube, TikTok. Se avete interrotto qui la lettura per cercare questi nomi su Wikipedia, o per rispondere a un messaggio su Telegram, ecco sappiate che dietro queste azioni spaventosamente banali, il semplice fatto che vi sia possibile compierle è un debito anche nei confronti di tali signori. E presentandovene i tre nomi oggi (ma avrei potuto farvene molti altri), rendo sicuramente servizio al loro ingegno, ma tradisco allo stesso tempo il principio di base che stava alla base dei loro sistemi. Né internet, né il web, nascono infatti con l'obiettivo di celebrare i propri creatori, figurarsi di arricchirli. Al contrario è nel DNA di internet un complesso reticolo ideologico, che si riverbera struttural(istica)mente nei suoi gangli più profondi definendola come un ambiente aperto, anonimo, fieramente anticapitalistico, che quando nacque reclamò immediatamente l'emancipazione dai propri genitori. E non si trattò di un parricidio: furono i genitori stessi a deciderlo, a espungere il proprio nome e il proprio volto, non volendo contaminare un'invenzione che prima ancora di essere un'invenzione era un *progetto*, una *potenzialità* che chiunque poteva trasformare in *atto*. Così, come era ovvio, almeno con il senno di poi, non ci si mise molto a capire che le enormi possibilità fornite da un sistema così elastico e al contempo solido ben si atteggiavano

a piani speculativi di ogni tipo, economici e politici in primis. Se il sistema è così aperto, se l'ideologia che lo sorregge è tanto libertaria, allora dà stanza anche a chi voglia, cinicamente, piegarla ai propri fini. Se poi si configura come uno spazio di sperimentazione, allora è senz'altro statistico che tanto più aumentano gli esperimenti, tanto più si ampliano non solo le probabilità di successo, ma anche le forme degeneri del fallimento. In parole più povere, è abbastanza ragionevole supporre che le varie università che svilupparono Arpanet, così come lo stesso Berners-Lee quando dava a internet la forma di un ipertesto in eterno sviluppo, non auspicassero che il loro sistema potesse fare gioco con comunità neonaziste o venditori di armi; neppure fecero qualcosa per impedire che ciò avvenisse, perché era impossibile, proprio tecnicamente. Ma senza arrivare sino a questi estremi: che ci sia un divismo sopra e dentro internet, fondato sui volti di costoro, è un'altra "novità" rispetto al sistema. Anche dentro i forum dell'internet "delle origini" ci sono sempre stati dei vip, spesso molto importanti, ma li si conosceva come BigDick53, CapitanIceland, SonGoku1983 (non cercateli, li ho inventati). Potevano essere chiunque.

Al contrario, magliette con la faccia di Zuckerberg, il faccione di Bezos sui giornali, l'idolatria nei confronti di Elon Musk sono le manifestazioni dirette di una flessione considerevole dell'ambiente internettiano in cui il valore del volto assume una rilevanza poderosa. Le webstar, quelle che da dentro al sistema si sono arricchite, sono l'altro lato della medaglia. Il progetto artistico di Khaby Lame è la memificazione del proprio volto ridotto a un meccanismo di stimolo-risposta basilare. Egli è fra i tiktokker più influenti al mondo per via di un pattern di disarmante semplicità: osserva qualche video virale, in cui vengono messe in scena situazioni al limite dell'assurdo, e vi reagisce con muta espressione di sufficienza, che passa attraverso il suo volto sardonico. È così ficcante, mordace, canzonatorio? È situazionista, dadaista? Nuovamente, direi di no. È un Gho-

zali *ante litteram*, forse un po' più simpatico della schiera di permalosi disseminati sui nostri *feed*. Il suo volto è tuttavia la chiave del successo alla stregua delle mani per un prestigiatore.

Un quadro nuovo, sempre più fitto, che ci riguarda e ci riguarderà ancora a lungo.

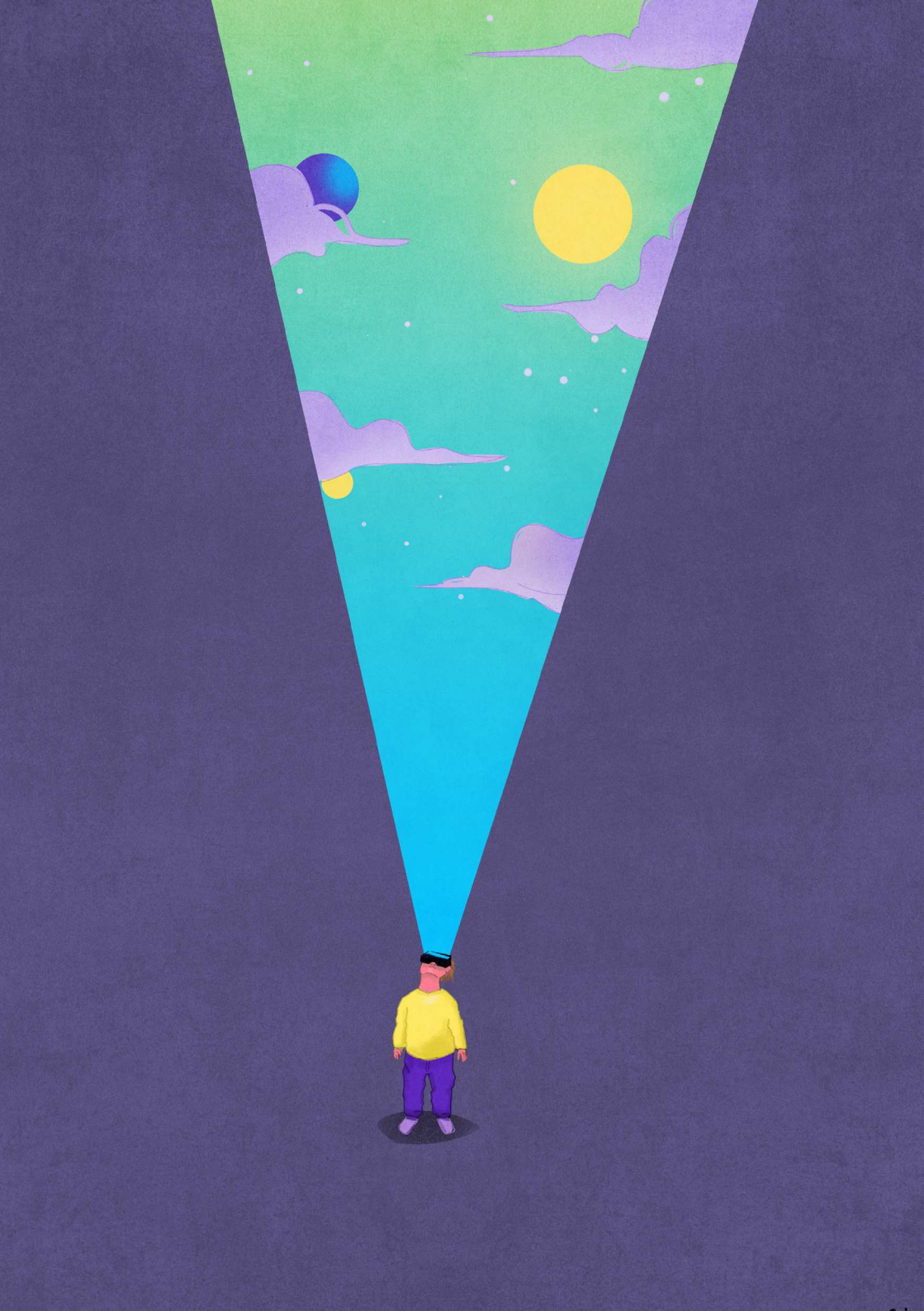
Mentre infatti io scrivevo queste brevi righe, accompagnandovi nell'esplorazione di un universo in espansione fatto di nuovi linguaggi e terminologie, questo stesso universo continuava il suo percorso, ignorandomi. Melania Trump, ex first lady del più memato dei presidenti statunitensi, metteva in vendita l'immagine dei suoi occhi come NFT, bisognosa di arrotondare i suoi introiti dato il suo versare in condizioni di tragica indigenza. Mentre provavo a far passare un solo, semplice messaggio, e cioè che l'andamento delle cose in questa maniera non è un dato scontato, non è un fatto *naturale* che si osserva e si prende così com'è, più di un *teenager* al mondo si apriva una pagina su Onlyfans. Lì, su una piattaforma naturalmente proprietaria, iniziava a esibirsi in diretta, in solitaria o in compagnia, in performance sessuali più o meno esplicite, per un pubblico pronto a pagare per assistere a quegli atti. Naturalmente con questo pubblico, i nostri nuovi "imprenditori del sé", i nostri e le nostre *sex worker*, parlavano, mostrandosi anzitutto in volto, e cercando di compiacere i pagatori dall'altra parte dello schermo affinché comprassero il prodotto più costoso (perché limitarsi a vedere uno spogliarello, quando con qualche soldo in più posso assistere a una bella penetrazione anale, magari con un vibratore che posso comandare io da casa?). Intanto, altre persone si aprivano un canale Twitch, o di converso guardavano la *live* del loro twitcher preferito. Una *veteran run* di 12 ore in cui l'"intrattenitore" di turno, ripreso in primo piano, giocava a *The Last of Us* o "reactava" alle notizie sull'elezione del Presidente della Repubblica, e intanto interagiva con la chat, e intanto ancora veniva foraggiato con *bit* (semplificando

diremmo “mance”) o *subs* (abbonamenti a pagamento, o anche “gratis” cioè passando attraverso il canone già corrisposto ad Amazon Prime). Ancora mentre io ragionavo se inserire fra queste righe l’ennesimo esempio oppure meno, stuoli di persone in giro per il mondo si scattavano un selfie da postare su Instagram, per ricevere quanti più cuori possibili, fondamentali per “stipendiare” i propri circuiti dopaminergici e in certi casi i portafogli degli influencer. Altri, il *dark side*, si deprimevano, perché si sentivano non apprezzati e poveri (cioè non ricchi).

Sarei un po’ disonesto se vi dicessi, in conclusione, che il grande mito della contemporaneità è il volto. Non credo che sia così: il grande mito della contemporaneità sono i soldi, meglio se fatti in grande quantità e in fretta. Il volto è un mezzo, non il fine.

Tutti, in qualche modo, provano a capitalizzare il proprio volto, monetariamente, semioticamente, o in entrambi i modi. Passando attraverso le maglie strette di strutture e sottostrutture che di questi volti si appropriano, che questi volti modificano, e che modificano allo stesso tempo la nostra percezione dell’*altro* e di *noi stessi*. Siamo, direi, a questo punto, su una giostra che gira vorticosamente e la cui batteria sono i nostri occhi e le nostre gote, i nostri sorrisi e le nostre lacrime. Il quadro, beninteso, non è per forza apocalittico. Non sono qui a dispensare le mie personali convinzioni, che pure ho. Delle proprie sembianze alla fine però importa a tutti, e forse è il caso di ricordare che dietro le nostre sembianze ci siamo noi, la nostra singolarità, le nostre paure, le nostre ansie. È tutto lì, dentro e dietro la faccia. E così come siamo, a quanto pare, sempre più sensibili rispetto a chi affidare le cure del nostro corpo, forse è il caso che iniziamo veramente a chiederci a chi stiamo delegando la gestione del nostro volto. Che cosa ci guadagniamo, che cosa perdiamo, e perché.

31 gennaio 2022



Soli nel Metaverso

Remo Gramigna

Immaginare il futuro: la vita nel Metaverso

In un futuro non troppo lontano, incontreremo i nostri amici in uno spazio virtuale che in realtà non esiste fisicamente, nel quale parleremo, scherzeremo e interagiremo con gli altri restando, però, comodamente seduti sul sofà delle nostre case, ovunque esse siano. Indosseremo un paio di occhiali per vedere ciò che i nostri occhi non possono vedere, oltrepassando i limiti dell'immaginazione. Attraverso queste protesi visive—i visori di realtà virtuale o gli occhialini di realtà aumentata—esploreremo universi paralleli, facendo della nostra vista una finestra (non più sul mondo) ma sui *mondi* al plurale, dove universi multipli coesistono, seppur invisibili e immateriali, sincronicamente e parallelamente a ciò che il senso comune chiama normalmente 'realtà'.

Useremo dei guanti speciali per non dimenticarci del senso del tatto.¹ Per sentire ancora l'ebbrezza del vento sulla nostra pelle e per toccare con mano l'irreale. Useremo, poi, altri dispositivi interattivi—casco, scarpe, occhiali smart—per far finta di aver un corpo. Compreremo biglietti per partecipare ai concerti delle nostre rock star preferite, facendo parte di quell'evento virtuale. Sentiremo la musica ad alto volume pulsare nelle nostre orecchie e vorremo ballare insieme agli altri al ritmo delle nostre canzoni preferite in una piazza virtuale, in un ologramma.

Acquisteremo proprietà, immobili, appartamenti, grattacieli, uffici e terreni nel Metaverso. Incontreremo le nostre colleghe, i nostri colleghi e i nostri superiori in incontri virtuali, in uffici virtuali, pur avendo la netta sensazione di essere lì con loro, nell'*hic et nunc*, e di guardarli negli

¹ Come funziona il guanto che ci fa sentire davvero nel Metaverso: <https://video.repubblica.it/tecnologia/dossier/wearable/come-funziona-il-guanto-che-ci-fara-sentire-davvero-nel-metaverso/401602/402312>, data di accesso 31/01/2022.

occhi, di sentire le loro voci, di vedere i loro gesti e le loro espressioni facciali, di provare empatia con le loro emozioni e con le loro storie personali. Compreremo beni di consumo in negozi virtuali e diventeremo ricchi o poveri usando le criptovalute. Ci innamoreremo di avatars e non di persone. L'amore diventerà il surrogato dell'amore.

Non indosseremo più abiti ma avatar, non avremo volti ma maschere, non saremo individui ma rappresentazioni audio-visive in 3D. Simulacri iperreali e immagini sintetiche, almeno per una parte considerevole del tempo e dello spazio quotidiano, prenderanno il posto degli esseri umani. Viaggeremo stando fermi e staremo insieme agli altri, pur essendo soli. Soli nel Metaverso.

È questa, semplificando, la rappresentazione caricaturata del mondo del futuro intravisto dai lungimiranti imprenditori della Silicon Valley e il "Metaverso" rappresenta questo nuovo ambiente virtuale e l'evento epistemologico dell'internet del futuro. Quando questa nuova piattaforma verrà implementata e perfezionata, sarà probabilmente difficile per alcuni distinguere l'illusione dalla realtà, la finzione dalla verità, le esperienze autentiche da quelle vicarie. Le relazioni umane saranno probabilmente rimpiazzate da surrogati di esperienze e vivremo in un mondo di simulazione pura.

Il recente video promozionale ideato da Mark Zuckerberg, ci mostra come nell'internet del futuro sarà possibile arredare il nostro spazio domestico a proprio piacimento, costruirsi un avatar secondo varie regole combinatorie e scomporlo e ricomporlo a proprio gusto.

E se per caso, la vita di tutti i giorni, nella realtà che finora tutti conosciamo, fosse per qualche ragione così insostenibile, complessa e imprevedibile, tanto da preferire ad essa la realtà virtuale costruita ad hoc da una intelligenza artificiale, da un software e da un super computer? Baratteremmo, forse, la nostra vita attuale per una vita fittizia in un uni-

verso parallelo simulato da un computer? Inoltre, siamo proprio sicuri che tutti, indistintamente (il povero e il ricco, il giovane e il vecchio, il sano e il fragile) saranno in grado di orientarsi cognitivamente ed emotivamente tra questi due mondi –il mondo odierno e il mondo del futuro, quello reale e quello virtuale–intervallando e integrando nelle proprie vite nel mondo reale le esperienze del mondo fittizio senza alcun effetto collaterale?

In merito all'uso delle comunità virtuali usate da Facebook, lo storico Yuval Noah Harari (2018) ha evidenziato che la complementarità fra comunità virtuali e comunità reali rappresenta un punto di forte criticità del social media di Zuckerberg.² Sebbene le comunità on line dovrebbero in qualche modo agevolare e rinsaldare i legami sociali e lo spirito di comunità con un riscontro tangibile nella vita concreta delle persone, ciò, in realtà, non avviene e i buoni propositi di Facebook restano parola morta. Harari parla di un “abisso da colmare fra online e offline” (Harari 2018, p. 106) un vero e proprio scollamento fra questi due mondi. E, sebbene in alcuni casi le comunità on line abbiano un effetto positivo sulle offline, si tratta pur sempre di due fenomeni molto diversi che sembrano alquanto incommensurabili–il primo basato su interazioni virtuali, il secondo, invece, ha come elemento trainante il corpo umano e la sensorialità. Harari, lamenta con cognizione di causa, una crescente e preoccupante perdita del proprio corpo e della sensorialità che da essa ci deriva, essendo, noi, pur sempre animali dell'Età della pietra:

Gli esseri umani sono dotati di corpi. Nel corso dell'ultimo secolo la tecnologia ci ha allontanati dai nostri corpi.
Stiamo perdendo la capacità di percepire odori e gusti.

² Per una soddisfacente panoramica di questa tendenza vedi la parte II (“The Political Challenge”), capitolo 5, “Community. Humans have bodies” (Harari 2018, pp. 103-111).

Mentre siamo invece assorbiti dai nostri smartphone e computer. Siamo più interessati a ciò che accade nel cyberspazio invece che a quanto sta accadendo a casa nostra. È facilissimo parlare con mio cugino in Svizzera, ma è difficile parlare con mio marito a colazione, che guarda in continuazione il suo smartphone (Harari 2018, p. 95).

Le domande poste in questo saggio, sembreranno forse paradossali in quanto suonano come pure speculazioni fantascientifiche oppure scenari distopici tratti dal romanzo cyberpunk *Neuromancer* di William Gibson, dalle ultime serie di *Matrix* o di *Black Mirror*, o dalla piattaforma multimediale *Second Life*. Eppure, la realtà supera spesso l'immaginazione. Pur prendendo le dovute distanze da una postura intellettuale "apocalittica" e tecnofobica che vede la tecnologia soltanto come una minaccia per la società e non apprezza i benefici che potenzialmente ne derivano, mi sembrano, queste, questioni delle quali ognuno di noi non può, ovviamente, esimersi dall'impegno di affrontarle. Questo è, del resto, l'ethos sottostante il presente lavoro, il quale, sebbene prenda la forma snella e leggera di un *e-book*, non può non discutere rigorosamente delle questioni di fondo che sottendono l'avvento del Metaverso.

L'utilizzo della realtà virtuale durante la pandemia Covid-19

Mentre Mark Zuckerberg ha recentemente annunciato un significativo cambio di nome della sua compagnia—che ora si chiama Meta e non più Facebook—la società tecnologica americana è stata recentemente oggetto di accessi dibattiti e aspre critiche. A partire dallo scandalo dei dati Facebook-Cambridge Analytica del 2018, Zuckerberg si è trovato nell'occhio del ciclone, essendo oggetto di critiche che hanno messo in discussione l'integrità dell'azienda, soprattutto per quanto riguarda la gestione della privacy e dei dati degli utenti.

Inoltre, come hanno evidenziato molti esperti e studiosi di media e nuove tecnologie, Facebook, così come altri social media, è stato progettato al fine di creare dipendenza negli utenti e il loro uso massiccio frammenta l'attenzione e le capacità cognitive degli utenti (Gallagher 2009; Newport 2019). Allo stesso tempo, molti studiosi hanno preso le distanze da un uso non regolamentato dell'intelligenza artificiale (Crawford 2021) che pone importanti questioni di natura etica. In sintesi, il nuovo progetto di Zuckerberg, Meta, sebbene sia molto stimolante e potenzialmente rivoluzionario con implicazioni considerevoli, per esempio, nelle applicazioni medico-scientifiche, lascia, però, aperte molte questioni che vanno dalla gestione della privacy degli utenti, alla regolamentazione di un ambiente virtuale e molte altre spinosissime questioni. Una di queste riguarda proprio la creazione delle infrastrutture che permetteranno l'arrivo di questa sorta di Internet 3.0, in cui molti vedono un enorme rischio di monopolizzazione o di una dittatura digitale. In altri termini, se sarà Zuckerberg a realizzare il Metaverso e se tutte le esperienze virtuali rese accessibili a chiunque voglia farne uso debbano necessariamente poggiarsi alla piattaforma e alle infrastrutture di proprietà di Zuckerberg, è naturale che ciò potrebbe causare una situazione monopolistica in quanto una sola persona sarà l'unico gatekeeper per l'accesso al nuovo universo digitale. Aspetto, questo, che, se vero, solleva dubbi considerevoli.

Come si ricorderà, il recente blackout globale di Internet avvenuto il 7 ottobre 2021 e durato circa sei ore, che ha colpito le principali piattaforme di social media (Facebook, Instagram, Whatsapp), ha mostrato al mondo intero quanto le persone siano dipendenti dall'uso dei social media in tutti i settori della vita pubblica e privata.³ Inoltre, il blackout

3 Facebook, Instagram e Whatsapp, che cos'è successo davvero e perché i social sono spariti dalla Rete? *Repubblica*, ultimo accesso 31/01/2022: <https://>

informatico che ha messo fuori uso i social network ha anche evidenziato come le grandi aziende tecnologiche facciano affidamento ai social media per ricavare enormi profitti. Sono bastate, infatti, poche ore di interruzione del servizio per causare ingenti perdite finanziarie, il che evidenzia quanto il mondo dell'economia e il mondo della finanza siano intimamente collegati a quello delle *big tech*.

Ma vi è di più, in quanto, quella appena descritta è solo una minima parte dell'influenza che i social media esercitano sugli utenti. Infatti, si tratta di un fenomeno molto più sofisticato e che si estende ben oltre l'orizzonte discusso sopra. Il progetto di Zuckerberg, infatti, è di estendere la piattaforma Facebook oltre i confini dei social media. Meta rappresenta la terza fase di internet. Sebbene i social hanno una influenza notevole sui propri utenti, tale influenza è pur sempre limitata dall'interfaccia usata (lo schermo dello smartphone o del computer) che non è ancora abbastanza immersiva. L'idea di Zuckerberg, dunque, è la creazione di un universo virtuale parallelo al mondo che tutti conosciamo: il Metaverso. Ma che cos'è, dunque, il Metaverso? E come mai questo progetto è stato lanciato proprio a ridosso della crisi epidemiologica globale che ha colpito il mondo intero?

Senza altro, negli ultimi due anni, la pandemia da Sars-Covid-19 è stata un propulsore verso il consumo di esperienze on line. Ad una riduzione delle interazioni faccia a faccia fa da pendant un incremento delle interazioni online, inclusa la fruizione di esperienze e contenuti di realtà virtuale, realtà aumentata e *gaming*. Negli ultimi due anni, si è sicuramente trascorso e si trascorre ancora molto più tempo tra le mura domestiche, avendo le recenti disposizioni governative limitato drasticamente gli spo-

www.repubblica.it/esteri/2021/10/04/news/facebook_instagram_e_what-sapp_cosa_succede_davvero_e_perche_i_social_sono_spariti_dalla_rete-320820150/

stamenti individuali e gli stili di vita di molti cittadini (Gramigna, Voto 2021). D'altro canto, il lavoro da remoto – il cosiddetto *smart working* – ha inaugurato un trend che sarà probabilmente destinato a perdurare nel tempo. Il lavoro agile è un altro tassello che si aggiunge alla spinta globale che, seppur dettata da ovvie necessità, ha canalizzato molta gente verso un uso massiccio di attività ed esperienze online.

La pandemia ha, inoltre, intensificato l'uso dei social media e dei siti di incontri online in coloro che erano già avvezzi all'uso di queste piattaforme ed ha incoraggiato, invece, coloro che fino a quel momento ne erano rimasti fuori, persuadendoli ad utilizzare per la prima volta questo tipo di ambiente interattivo. In sintesi, sempre di meno ci si connette fisicamente in incontri faccia a faccia, e, invece, molto più di frequente la comunicazione avviene tramite piattaforme di social media, video chiamate e sistemi di messaggistica immediata (come Whatsapp, Telegram, Messenger o Signal) e altri ambienti interattivi. Ecco perché, nelle sette ore di buio dovute al blackout informatico dello scorso ottobre, moltissime persone sono state prese di sorpresa non potendo più affidarsi ai social per la comunicazione di tutti i giorni.

La pandemia, dunque, è stata solo la spinta che ha avviato verso un uso ancor più significativo della realtà virtuale, ma dobbiamo renderci conto che la strada futura è comunque questa. La pandemia ha semplicemente svelato e reso più evidente un trend che era già in corso grazie alle limitazioni della libertà personale che hanno incrementato il ricorso alla realtà virtuale e al consumo di esperienze online. La pandemia è stata, dunque, una occasione per evidenziare un trend che era già latente. Si tratta, a nostro parere, di un cambio di paradigma senza precedenti.

A questo proposito, giova ricordare anche il monito di Ortega y Gasset, descritto nell'opera *Schema delle crisi* (1946), che evidenzia quanto sia difficile il passaggio da una fase storica all'altra: "Questo presentimento

che le cose stanno per cambiare radicalmente prima che, in effetti, cambino, non deve sorprendere molto, perchè esso ha sempre preceduto le grandi mutazioni storiche ed è, insieme, una prova che tali trasformazioni non sono imposte all'umanità dal di fuori, per l'accadere casuale di esterni avvenimenti, ma emanano da intime modificazioni fermamente nei seni reconditi della sua anima" (Ortega y Gasset 1946, p. 11). In altri termini, stiamo attraversando una fase di transizione tra due mondi, una mutazione tra paradigmi. Del resto, proprio il significato etimologico della parola greca μετά (mèta) racchiude, tra le varie accezioni del termine, anche il significato di cambiamento, trasformazione, e mutamento.⁴ Qual è, allora, la mutazione epocale insita nell'arrivo del Metaverso?

Cortocircuiti tra finzione e realtà. Che cos'è, veramente, il Metaverso?

La nuova creazione di Mark Zuckerberg, CEO e fondatore della multi-millionaria azienda Facebook, non è un progetto già realizzato, né tantomeno si tratta di un concetto nuovo. Il Metaverso è allo stato attuale, dunque, una aspirazione di Zuckerberg e vi è ancora una certa ambiguità su cosa siano esattamente Meta e il Metaverso. Le parole chiave del Metaverso elencate da Zuckerberg nel video promozionale recentemente diffuso su YouTube sono le seguenti: "presence", "avatars", "home space", "teleporting", "interoperability", "privacy and safety", "virtual goods", "natural interfaces".⁵

4 Vedasi la voce "meta" dell'Enciclopedia Treccani Online: https://www.treccani.it/vocabolario/meta_res-7509a5d0-0025-11de-9d89-0016357e-ee51/ (ultimo accesso 31/01/2022).

5 Il metaverso e come lo costruiremo insieme – Connect 2021: <https://www.youtube.com/watch?v=Uvufun6xer8> (ultimo accesso 31/02/2022).

Il termine “Meta” scelto dal famoso imprenditore della Silicon Valley come nuovo termine ombrello per Facebook e Whatsapp, è stato originariamente coniato nel 1992 dallo scrittore americano Neal Stephenson nel romanzo cyberpunk *Snow Crash*. In questo libro, l'autore descrivere dettagliatamente l'esistenza di uno spazio virtuale che egli chiama, appunto, Metaverso. Vale la pena citare, per esteso, alcuni passi del romanzo:

So Hiro's not actually here at all. He's in a computer-generated universe that this computer is drawing onto his googles and pumping into his earphones. In the lingo, this imaginary place is known as the Metaverse. It beats the shit out of the U-Stor-It.

Hero is approaching the Street. It is the Broadway, the Champs Elysees of the Metaverse. It is the brilliantly lit boulevard that can be seen, miniaturized and backward, reflected in the lenses of his googles. It does not really exist. But right now, millions of people are waking up and down it (Stephenson 1992, p. 20).

Like any place in Reality, the Street is subject to development. Developers can build their own small streets feeding off of the main one. They can build buildings, parks, signs, as well as things that do exist in Reality, such as [...] free-combat zones where people can go to hunt and kill each other.

The only difference is that since the street does not really exist – it's just a computer-graphics protocol written down on a piece of paper somewhere – none of these things is being physically built. They are, rather, pieces of software, made available to the public over the worldwide fiber-optics network (Stephenson 1992, p. 20).

Hiro, protagonista del romanzo di Stephenson, passa molto tempo nel Metaverso. Il passo citato mette in evidenza la natura paradossale del Metaverso che è un ambiente che esiste come protocollo di simulazione creata attraverso intelligenza artificiale, computer-graphics e software, ma, allo stesso tempo, non esiste realmente. Il Metaverso simula il mondo reale, che funge da modello, sebbene esso non ne fissi i limiti e le regole. Come scrive Stephenson nel passo citato sopra, così come in ogni altro posto, anche nel Metaverso ogni sua parte può essere implementata ed espandersi. Questo è esattamente quello che sta succedendo oggi. Il Metaverso viene costruito pezzo per pezzo come in un Lego e l'investimento nell'acquisto di spazi virtuali è già una concreta possibilità. .

A mio parere, il nome scelto da Zuckerberg è molto significativo in quanto rivela esattamente la natura di questo progetto. Il Meta-verso è un mondo che parla del mondo, un universo che si riflette su sè stesso, un meta-livello, una secondo universo che si riflette o si poggia su un mondo primario, sul mondo reale, sebbene non ne sia né la copia fedele, né una rappresentazione. È evidente che, i rapporti che intercorrono fra il mondo reale e il meta-reale, sono aspetti importantissimi su cui le scienze umanistiche si sono interrogate. Sia la filosofia che la semiotica, si sono spesso interrogate su queste questioni, discutendo il problema della natura della realtà e del rapporto fra reale e falso (Barbieri 1987; Eco 1987) e fra la realtà e la simulazione (Bettetini 1991; Bonfantini *et al.* 1997).

Inoltre, la mera possibilità, sia essa ipotetica o reale, dell'esistenza di altre realtà parallele– siano esse virtuali o immaginarie, fattuali o potenziali–invita ad una riflessione sulla natura stessa del 'reale' e su quale sia il rapporto fra la realtà (quella vera) e la simulazione (quella virtuale). In altri termini, ci si potrebbe porre la seguente domanda: quanto è simulato il mondo reale e quanto è reale il mondo simulato? Questa non è una domanda da poco e la questione della presumibile natura simulata della

realtà è una idea che sta prendendo piede ed è al centro sia di discussioni giornalistiche che accademiche.⁶

Si tratta di una questione non affatto triviale in quanto, non solo la realtà virtuale tende ad assumere un ruolo sempre più preponderante nella vita degli esseri umani, ma essa ha un valore equiparabile al ‘mondo naturale’. Come scrive, infatti, Gianfranco Bettetini (1991, p. 8), “il simulacro, la ricostruzione fittizia della realtà, sembrano valere ‘quanto’ e forse anche ‘più’ della stessa realtà soprattutto se le sono contemporanei o se i loro tempi di apparizione sono comunque collegati strettamente con quelli dell’oggetto sostituito”.

Simulazione e realtà

Come ha messo in evidenza Bettetini, “la computer graphics sembra dirci che [...] ogni immagine può essere ridotta ad algoritmi per entrare nel programma di un calcolatore o, comunque, può essere trasformata in un modello simulabile matematicamente (Bettetini 1991, p. 10). Questi problemi e, in particolare la creazione di un universo virtuale parallelo al nostro, chiama in causa i concetti di *modello* e di *rappresentazione*. La nozione di modello in quanto tale è impiegata in diverse discipline, dalla matematica alle scienze e alla letteratura. Inutile dire che non esiste un accordo su cosa sia o dovrebbe essere un modello, né esiste un uso uniforme del termine in diversi campi della conoscenza. Anche considerando il solo campo della semiotica, dobbiamo giungere alla conclusione che questo concetto è usato in modi piuttosto diversi. Ad esempio, W. Nöth

6 Su questo punto, vedi il saggio di Nathan J. Robinson, *Unfortunately We Are Not Living in a “Simulation”*: https://www.currentaffairs.org/2022/02/unfortunately-we-are-not-living-in-a-simulation?fbclid=IwAR2RSH_CSPVm-mC1Q4eSDNaoLnc8xSZULn5ukAvRYufPI_L_UoXKIMekNEIw (ultimo accesso 02/02/2022).

(2018) elenca varie definizioni di modello. I modelli sono rappresentazioni fisiche, concettuali o astratte di oggetti o situazioni. Una mappa è un modello; la simulazione modellistica, i modelli matematici e scientifici sono altri esempi. Un aspetto ricorrente del concetto di modello, però, è che la relazione tra il modello e l'oggetto modellato è tale per cui tra i due vi è una relazione asimmetrica: "codeste immagini (modelli) tendono a stabilire tra sé e gli oggetti modellizzati un rapporto tale per cui tutti gli elementi ed oggetti che (dall'angolazione pragmatica di un fruitore di un dato modello) figurano nell'oggetto modellizzato, figureranno anche nell'immagine (nel modello), benchè possa non verificarsi il caso inverso" (Ivanov 1962, p. 183). È chiaro è, in un futuro prossimo, la capacità modellizzante dei sistemi di realtà virtuale e di intelligenza artificiale sarà tale da rendere indistinguibile il modello dall'oggetto modellizzato.

Il Metaverso è per certi versi un mondo simulato e, in quanto tale, chiama in causa il concetto di simulazione. Come scrive Renato Betti (1981, p. 947), "simulare significa dare l'apparenza di qualcos'altro. Simulare significa anche ottenere l'effetto di qualcos'altro". Come scrive ancora Betti:

Si consideri un modello nella sua forma più evoluta di rappresentazione simbolica di una situazione corrente, il quale può essere utilizzato, in relazione a qualche aspetto, al posto della data situazione. La sostituzione avviene per motivi diversi. Ad esempio perché il sistema originario è inaccessibile, come un sistema astronomico, o perché la sua osservazione diretta è estremamente costosa. Oppure perché è troppo complesso, come un sistema economico o sociale, che è impossibile descrivere con un insieme di relazioni per le quali siano sviluppate sufficienti tecniche analitiche di calcolo. Oppure ancora perché si vuole esercitare una sorta di previsione, alterando ad esempio

la scala temporale e determinando il comportamento da aspettarsi nel futuro. Attraverso queste tre funzioni enunciate – *riduzione* per aumentare l'accesso materiale, semplificazione, previsione – passano tutti i sostituti formali di una situazione corrente (Betti 1981, p. 948).

Alcuni sostengono, invece, che la questione della indistinguibilità del modello dall'oggetto modellizzato sia irrilevante dal punto di vista dell'analisi della realtà virtuale, in quanto tra virtuale e reale non sussiste nessuna differenza effettiva, essendo entrambe le cose afferenti alla realtà, anche se la realtà virtuale non esiste fisicamente. Una tesi simile, per esempio, è stata di recente avanzata dal filosofo David Chalmers nel suo studio *Reality +. Virtual Worlds and the Problems of Philosophy* (2022). Infatti, la tesi di fondo di Chalmers è che sebbene il mondo fisico e il mondo virtuale siano sotto alcuni rispetti diversi, essi sono entrambi reali e ciò che accade nel Metaverso accade davvero ed è per questo reale. Molto, dunque, dipende, dalla definizione di 'reale' che i ricercatori presuppongono nello studio di questi fenomeni.

Volti e avatars

Così come l'immagine di una cosa non è la cosa stessa, l'immagine di un volto non è la stessa cosa del volto stesso, in quanto la prima è una rappresentazione del secondo e, dunque, dovrebbero essere tenuti distinti. E sebbene la storia dei media ci insegna che nel corso dei secoli si è verificata una tendenza verso l'iperealismo (Bolter e Grousin 2000; Manovich 2001) le rappresentazioni dei volti non devono essere confuse con i volti stessi.

Sia nel progetto Meta di Zuckerberg che nel Metaverso del romanzo di Stephenson, non esistono volti umani, ma soltanto rappresentazioni, realistiche o meno, di volti umani. Non ci sono corpi umani ma corpi

audio-visivi creati da computer software e intelligenze artificiali. E non esistono piú individui, ma avatars, che sono appunto le rappresentazioni che il soggetto sceglie per sé stesso nel Metaverso. Un avatar, dunque, è una specie di ‘metavolto’, in quanto, è il modo in cui ci si presenta agli altri in un ambiente virtuale.

Ancora una volta, Stephenson fornisce una descrizione molto dettagliata di cosa sono gli avatars, della loro natura e varietà e delle loro funzioni nel Metaverso:

He [Hiro] is not seeing real people, of course. This is all a part of the moving illustration drawn by his computer according to specifications coming down the fiber-optic cable. The people are pieces of software called avatars. They are the audiovisual bodies that people use to communicate with each other in the Metaverse. [...]

Your avatar can look any way you want it to, up to the limitations of your equipment. If you're ugly, you can make your avatar beautiful. If you've just gotten out of bed, your avatar can still be wearing beautiful clothes and professionally applied makeup. You can look like a gorilla or a dragon or a giant talking penis in the Metaverse. [...] Hiro's avatar just looks like Hiro, with the difference that no matter what Hiro's wearing in Reality, his avatar always wears a black leather kimono (Stephenson 1992, p. 20).

Nel Metaverso, il concetto di identità individuale si dissolve. Chiunque può essere rappresentato da chiunque. Un avatar si può scegliere, si può comporre, ricomporre e si può sostituire. Come scrive Stephenson, se sono brutto posso costruirmi un avatar bello e se mi sono appena alzato dal letto e non mi sono ancora pettinato, posso scegliere di apparire con un trucco professionale e abiti stirati alla perfezione. Un avatar può avere

carattere antropomorfo o meno, può avere somiglianza con l'apparenza personale dell'individuo replicandone le caratteristiche fisiognomiche in modo più o meno realistico oppure essere completamente diverso da come si appare nella vita reale. Un avatar fornisce dunque delle potenzialità enormi alla creatività e all'estro personale, in quanto nel Metaverso possiamo impersonare chiunque, potendo in scegliere il proprio 'volto'.

Tuttavia, un mondo costellato esclusivamente da avatars rappresenta uno scollamento tra l'uomo e la propria individualità costituita dal proprio volto e dalla propria fisiognomica. Come scrive Agamben, il volto è in luogo della politica e il suo tramonto pone seri dubbi alle comunità del futuro se vorranno cancellarne questo elemento cardine:

Che la visione del proprio volto e del volto degli altri sia per l'uomo un'esperienza decisiva era già noto agli antichi: «Ciò che si chiama "volto" – scrive Cicerone – non può esistere in nessun animale se non nell'uomo» e i greci definivano lo schiavo, che non è padrone di se stesso, *aproposon*, letteralmente «senza volto». Certo tutti gli esseri viventi si mostrano e comunicano gli uni agli altri, ma solo l'uomo fa del volto il luogo del suo riconoscimento e della sua verità, l'uomo è l'animale che riconosce il suo volto allo specchio e si specchia e riconosce nel volto dell'altro. Il volto è, in questo senso, tanto la *similitas*, la somiglianza che la *simultas*, l'essere insieme degli uomini. Un uomo senza volto è necessariamente solo. Per questo il volto è il luogo della politica. [...]

Ma poiché gli uomini hanno innanzitutto da comunicarsi la loro apertura, il loro riconoscersi l'un l'altro in un volto, il volto è la condizione stessa della politica, ciò in cui si fonda tutto ciò che gli uomini si dicono e scambiano. Il volto è in questo senso la vera città degli uomini,

l'elemento politico per eccellenza. È guardandosi in faccia che gli uomini si riconoscono e si appassionano gli uni agli altri, percepiscono somiglianza e diversità, distanza e prossimità (Agamben 2021, p.155-156).

Se, dunque, il volto umano rappresenta la *simultas*, il meta-volto che forse useremo nel Metaverso prossimo venturo, come sarà capace di garantire questo fondamentale bisogno dell'uomo?

Conclusione

La solitudine dell'uomo negli universi digitali può forse colmare il fondamentale bisogno di comunità? Se, come afferma lo stesso Zuckerberg, lo scopo principale di Meta è quello di collegare le persone e rafforzare le relazioni sociali, resta un dubbio su una questione centrale, che rappresenta il cuore di questo breve saggio. Nonostante si professi la volontà di connettere le coscienze individuali in un ambiente virtuale in cui tutti possono connettersi con tutti, l'utente, in realtà, rimane solo nel Metaverso in quanto ciò che vede è una proiezione tecnologica in un mondo virtuale. Egli interagisce con degli avatars mentre resta isolato in una stanza nel mondo fisico indossando dei visori di realtà virtuale. Si potrebbe, sicuramente, speculare che un giorno la realtà del Metaverso sarà così sofisticata, articolata e piena di esperienze quasi-reali da rimpiazzare ciò che finora chiamavano realtà. Vale la pena, però, chiedersi se questo tipo di esperienze virtuali siano davvero sufficienti a connettere gli individui, a renderli meno soli e a creare comunità. Vi è, invece evidenza del contrario.

Intellettuali del calibro di Zigmund Bauman già da molti anni sostengono che, nonostante la popolarità e l'uso che si fa dei social media su scala mondiale, essi non fanno che riflettere in nostro stato esistenziale di solitudine. Bauman (2007) parlava di una "confessional society", una

società confessionale, dove non ci sono più segreti e privacy, ma questi elementi vengono proiettati nell'arena mediatica pubblica. Il risultato, però, non è una maggiore connessione con gli altri; al contrario, in questo tipo di piattaforme virtuali si rimane sempre più soli. Dice bene, Bauman, quando afferma che si tratta di sostituti del bisogno di accettazione sociale e del bisogno di comunità e, non a caso, egli parla di *cyber-seclusion*. Al coro si uniscono esperti di media studies, filosofi della tecnologia e ingegneri (Turkle 2009).

Il Metaverso, ad una prima analisi, non è che una prolungata disconnessione dal mondo reale con la promessa di esperienze potenzialmente appaganti. L'azione stessa dell'indossare protesi tecnologiche come occhiali, guanti, maschere ed equipaggi vari indicano esattamente l'opposto, cioè l'isolarsi e il disconnettersi dal proprio mondo fisico, per avere accesso ad una meta-realtà e ad un ambiente virtuale. Varrà davvero la pena abbandonare il vecchio mondo per il nuovo?

In realtà il tipo di solitudine introdotta dal Metaverso sarà molto diversa da ciò che siamo abituati a pensare oggi. Saremo soli nel mondo fisico ma costantemente connessi al mondo della realtà virtuale, per cui questa situazione rappresenta un vero e proprio paradosso. Non esisteranno più dei momenti di completa solitudine in cui soffermarsi esclusivamente sui propri pensieri senza alcuna distrazione e interruzione, ma si verificherà l'opposto: l'impossibilità di stare soli con sé stessi, pur essendo fisicamente soli e isolati nel mondo fisico. È ciò che viene chiamato "solitude deprivation", la *privazione della solitudine* (Newport 2019, p. 99) Il futuro del Metaverso, allora, può essere una buona opportunità per ripensare cosa significhi essere esseri umani nella nostra società, apprezzare il vero valore della solitudine—che non significa affatto essere isolati e non avere relazioni sociali, ma prendersi del tempo per sé stessi— e interrogarsi se la direzione verso la quale stiamo andando sia davvero quella giusta.

Bibliografia

Agamben G. (2021) *A che punto siamo? L'epidemia come politica*. Nuova versione accresciuta. Macerata, Quodlibet

Barbieri D. (1987) Is reality a fake? Versus. *Rivista di Studi Semiotici* 46: 43-57

Bauman Z. (2007) *Liquid Times. Living in an Age of Uncertainty*. Cambridge, Polity Press

Bettetini G. (1991) *La simulazione visiva. Inganno, finzione, poesia, computer graphics*. Milano, Bompiani

Betti R. (1981). Simulazione. In *Enciclopedia Einaudi*. Vol. 12 Ricerca/Socializzazione. Torino, Einaudi, 944-971

Bolter J. D., R. Grusin (2000). *Remediation. Understanding New Media*. MIT Press, Cambridge, MA

Bonfatini M., Casterlfranchi C., Martine A., Poggi I., Vincent J. (1997) *Menzogna e simulazione*. Napoli, Edizioni Scientifiche Italiane

Chalmers D. J. (2022) *Reality +: Virtual Worlds and the Problems of Philosophy*. Allen Lane, UK

Crawford K. (2021). *Atlas of AI. Power, Politics, and the Planetary Costs of Artificial Intelligence*, Yale University Press, New Haven and London

Eco U. (1987) Fakes and forgeries. *Versus*. Rivista di Studi Semiotici 46: 3-29

Gallagher, Winifred 2009. *Rapt: Attention and the Focused Life*. New York: Penguin

Gramigna R., Voto C. (2020) Semiotica, prossemica e contagio. Il senso delle distanze ai tempi del Covid-19. In: Leone, Massimo (ed.) *Volta virali*. Torino: FACETS Digital Press, pp. 131-150 ISBN 979-12-200-6423-1. [OPEN ACCESS](#)

Harari Y. N. (2018) *21 Lessons for the 21 Century*. London. Vintage Books

Ivanov V. (1962) Premessa alle tesi del Simposio sullo studio strutturale dei sistemi di segni. In: Carlo Prevignano (a cura di), *La semiotica nei paesi slavi. Programmi, Problemi, Analisi*. Milano, Bompiani, 181-185

Newport C. (2019). *Digital Minimalism. Choosing a Focused Life in a Noisy World*. New York: Penguin

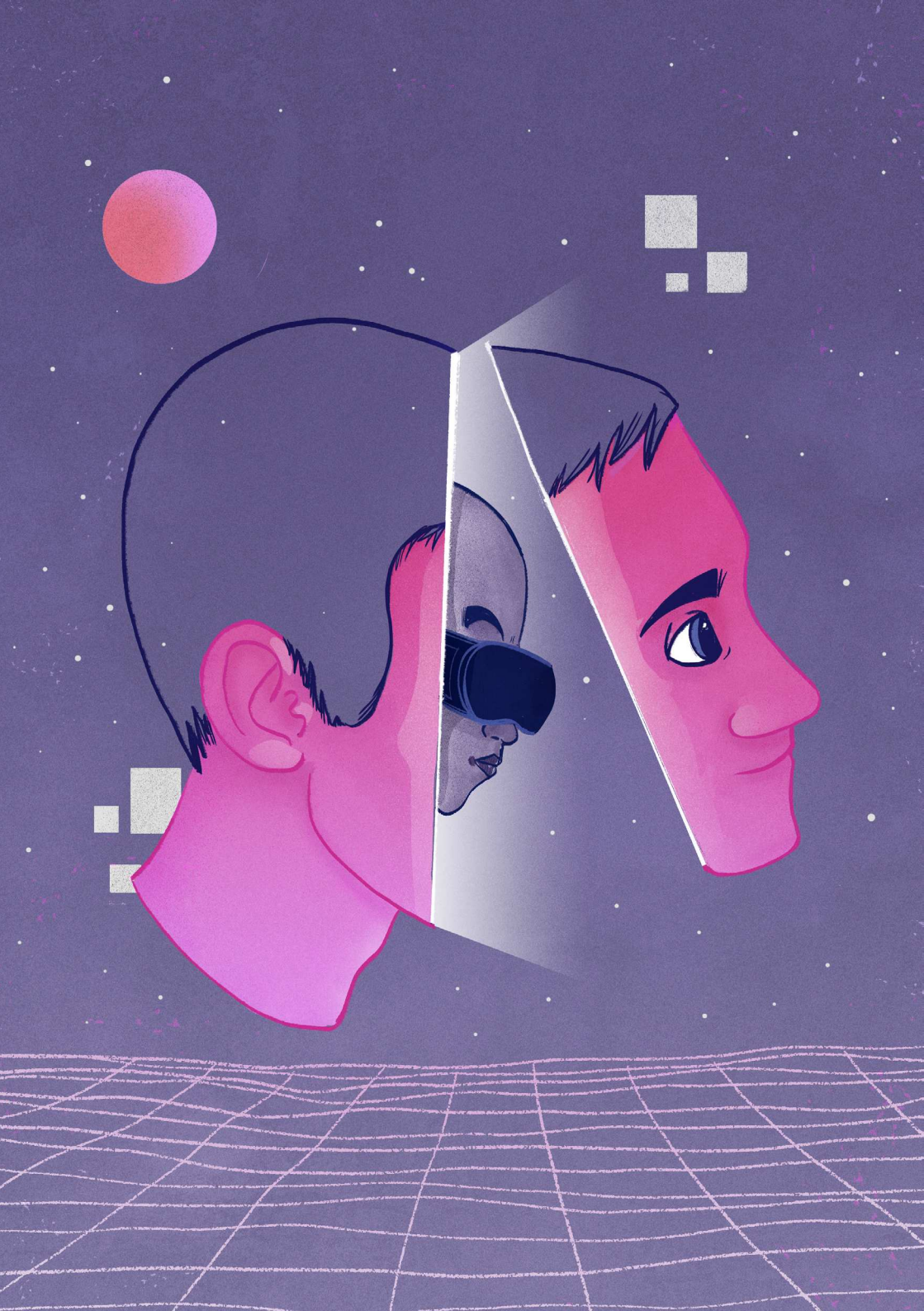
Nöth W. (2018) The semiotics of models. *Sign Systems Studies* 46(1): 7-43

O'Neil, Cathy (2017). *Weapons of Math Destruction: How Big Data Increases Inequality and Threatens Democracy*

Ortega y Gasset, José (1946). *Schema delle crisi*. Bompiani, Milano

Stephenson, Neal (2003[1992]). *Snow Crash*. New York, Bantam Books

Turkle S. (2009) *Simulation and Its Discontents*. Cambridge, MA, MIT Press.



Faccia a Faccia col Metaverso (all'orizzonte)

Gianmarco Thierry Giuliana

A fine ottobre 2021, il CEO di Facebook Mark Zuckerberg ha annunciato e introdotto il nuovo marchio “Meta”. Meta è descritto¹ come qualcosa che:

“ Riunisce le nostre app e tecnologie sotto un nuovo marchio aziendale. L’obiettivo di Meta sarà quello di dare vita al metaverso e aiutare le persone a connettersi, trovare comunità e far crescere le attività. Il metaverso sembrerà un ibrido delle odierne esperienze sociali online, a volte espanse in tre dimensioni o proiettate nel mondo fisico. Ti consentirà di condividere esperienze coinvolgenti con altre persone anche quando non potete stare insieme e di fare cose insieme che non potresti fare nel mondo fisico. È la prossima evoluzione di una lunga serie di tecnologie sociali e sta inaugurando un nuovo capitolo per la nostra azienda.”²

Un nuovo brand che porta una nuova concezione di social network online e che nasce, nelle parole stesse del fondatore, da un contesto tecnologico in cui possiamo esprimerci in modo sempre più *naturale*:

“Negli ultimi decenni, la tecnologia ha dato alle persone il potere di connettersi ed esprimersi in modo più naturale. Quando ho avviato Facebook, digitavamo principalmente parole sui siti Web. Quando abbiamo avuto telefoni con fotocamera, Internet è diventato più visivo e mobile. Man mano che le connessioni diventavano più veloci, il video è diventato un modo più ricco per condividere esperienze. Siamo passati dal desktop al web al mobile; dal testo alle foto al video. Ma questa non è la fine della linea. La prossima piattaforma sarà ancora più coinvolgente: un Internet incarnato in cui sei nell’esperienza, non solo guardandola. Lo chiamiamo metaverso e toccherà ogni

1 Tutte le citazioni che seguiranno sono tradotte da noi
2 <https://about.fb.com/news/2021/10/facebook-company-is-now-meta/>

prodotto che costruiamo. La qualità che definisce il metaverso sarà una sensazione di presenza, come se fossi proprio lì con un'altra persona o in un altro posto. Sentirsi veramente presenti con un'altra persona è l'ultimo sogno della tecnologia sociale.”³

Coinvolgimento, *embodiment* e senso di presenza sono quindi le parole chiave alla base di Meta, che scommette così sulla realtà estesa e sul modo in cui il senso si costituisce nella virtualità (Bigio et al. 2020). Vi è però un'altra parola chiave, quasi nascosta, in ciò che abbiamo appena letto: *distanza*. Come descritto dallo stesso CEO, Meta è fatto per un mondo in cui ci muoviamo da un luogo all'altro come ologrammi e in cui si perde sostanzialmente il contatto con la quasi superflua materialità degli oggetti del mondo:

“In questo futuro, sarai in grado di teletrasportarti istantaneamente come un ologramma per essere in ufficio senza un pendolarismo, a un concerto con gli amici o nel soggiorno dei tuoi genitori per recuperare il ritardo. Questo aprirà più opportunità, non importa più dove vivi. Potrai dedicare più tempo a ciò che conta per te, ridurre il tempo nel traffico e ridurre il tuo impatto ambientale. Pensa a quante cose fisiche hai oggi che potrebbero essere solo ologrammi in futuro. La tua TV, la tua perfetta configurazione di lavoro con più monitor, i tuoi giochi da tavolo e altro ancora: invece di oggetti fisici assemblati in fabbrica, saranno ologrammi progettati da creatori di tutto il mondo. Ti sposterai attraverso queste esperienze su diversi dispositivi: occhiali per realtà aumentata per rimanere presente nel mondo fisico, realtà virtuale per essere completamente immerso e telefoni e computer per saltare dalle piattaforme esistenti”⁴

3 <https://about.fb.com/news/2021/10/founders-letter/>

4 <https://about.fb.com/news/2021/10/founders-letter/>

Al cuore di Meta vi è dunque il progetto di rendere più funzionale ed entusiasmante un mondo in cui gli esseri umani sono fundamentalmente distanti l'uno dall'altro e in cui la maggior parte delle loro interazioni sono mediate tramite hardware e software. Ora, ovviamente è molto facile immaginare un mondo del genere, non solo dato l'impatto sempre più significativo dei contesti digitali sulle nostre vite (dall'usarli per generare del reddito a trovare la nostra futura moglie in un MMO⁵), ma soprattutto dato il nostro attuale contesto pandemico. Ecco perché, sempre nella stessa lettera, Zuckerberg può affermare “Non si tratta di passare più tempo sugli schermi; si tratta di spendere meglio il tempo che già trascorriamo”. Eppure, allo stesso tempo questo implica che non si prevede certo un futuro in cui passeremo *meno* tempo sugli schermi. Meta non è, cioè, un progetto per cambiare il mondo attraverso la tecnologia, come poteva essere forse il primo Facebook, si tratta al contrario di accettarlo più facilmente rendendolo più “efficiente” e anche divertente.

Quindi, almeno da un punto di vista semiotico, è piuttosto interessante notare come Meta sia basato su un discorso euforico di una situazione sociale disforica, quanto meno in termini di perdita di serendipità. Ecco perché l'uscita dalle nostre stesse case è rappresentata in questo discorso solo attraverso le immagini negative del pendolarismo, del traffico e dell'inquinamento. Una tale visione, tuttavia, non è poi così sorprendente da parte di un'azienda che per generare del profitto offre servizi di connessione e ha dunque bisogno che le persone siano in qualche modo disconnesse o quanto meno distanti.

“Siamo un'azienda che si concentra sul connettere le persone. Mentre la maggior parte delle aziende tecnologiche si concentra su come le persone

5 <https://www.youtube.com/watch?v=o3DycfO3a8g&t=365s>

interagiscono con la tecnologia, noi ci siamo sempre concentrati sulla creazione di tecnologie in modo che le persone possano interagire tra loro. [...] Nel nostro DNA, costruiamo la tecnologia per unire le persone. Il metaverso è la prossima frontiera nel connettere le persone, proprio come lo erano i social network quando abbiamo iniziato”.⁶

Come era prevedibile, Meta ha immediatamente suscitato tanto entusiasmo fra gli integrati quanto tanta preoccupazione fra gli apocalittici (Eco, 1964) che appena due anni fa avevano prodotto il famoso video *deepfake*⁷ di uno Zuckerberg che dichiarava di avere il controllo totale sui dati di milioni di persone. Fra le produzioni più significative di questi ultimi, vi è ora un video YouTube ingannevolmente intitolato “Metaverse VR: esperienza demo”⁸ (visionabile sia da PC che in VR) in cui uno Zuckerberg dal volto deforme e con un coltello nascosto dietro la schiena vuole venderci un prodotto e finisce col mandare degli assassini a casa nostra nel momento in cui rifiutiamo. Video in stile “Black Mirror” (Brooker, 2011) che assume il suo pieno significato solamente se visionato tramite un visore dato che in questo modo un senso di disagio fisico-prosemico (Mark è spesso eccessivamente vicino a noi e si impone davanti alla nostra faccia) si aggiunge al contenuto narrativo già inquietante di per sé. Il compito dello studioso, tuttavia, è precisamente quello di non cadere in nessuno dei due estremi. Motivo per cui, indipendentemente da come sarà effettivamente il futuro e da qualsiasi giudizio sulla visione del CEO di Meta, in questo contributo assumeremo per ipotesi che le cose vadano esattamente come previste. La domanda ora è: come cambieranno le nostre interazioni faccia a faccia nel metaverso? E ancora più nello specifico: che impatto avranno sia i nuovi dispositivi (come il visore) che i

6 <https://about.fb.com/news/2021/10/founders-letter/>

7 <https://www.youtube.com/watch?v=NbedWhzx1rs>

8 <https://www.youtube.com/watch?v=Ibm3WhfLko8>

nuovi contesti sul nostro modo di rapportarci con altri esseri umani? Per capirlo, ci siamo uniti a coloro (come il *Wall Street Journal*⁹) che hanno già esplorato questo nuovo spazio virtuale della socialità e abbiamo fatto un salto nella versione beta del metaverso disponibile in Europa tramite le app “Horizon Venues” e “Horizon Workrooms”.

A spasso nel Metaverso¹⁰

Approfittando dello spazio virtuale in cui il sole non tramonta mai, decidiamo di iniziare la nostra giornata nella “piazza” di Venues per poi recarci eventualmente solo più tardi nel nostro ufficio virtuale (Workrooms). Tutto comincia dunque nella nostra realtà fisica, in piedi e soli nella nostra stanza, indossando il visore e impugnando i nostri controller. Grazie a questi dispositivi di occultamento sensoriale possiamo così finalmente accedere alla realtà virtuale tramite una prospettiva in prima persona. Realtà che trasforma la nostra disordinata camera in un ordinato salotto, luogo in cui veniamo introdotti alle interazioni basilari: teletrasportarsi, guardarsi attorno e poter fare l’iconico “like” di Facebook mettendo effettivamente i nostri pollici in su. All’interno di questo spazio dai muri bianchi e dipinti colorati, nessun pericolo di rompere i pochi oggetti presenti dato che non è possibile interagire ancora con quasi nessun oggetto. Il sogno proibito di ogni genitore. Solamente un oggetto, infatti, sembra tenere conto della nostra esistenza digitale: lo specchio. Ci avviciniamo dunque al nostro specchio, un oggetto mistico che ha da sempre suscitato il più grande interesse dei semiotici (Eco 1994) e continua a farlo (Leone

9 <https://www.youtube.com/watch?v=rtLTZUaMSDQ>

10 Le impostazioni del software Venues impedivano ogni sorta di cattura dello schermo e riproduzione su altri dispositivi, dunque non possiamo purtroppo allegare qui esattamente quanto abbiamo visto.

2021) per il modo in cui ci spinge a rapportarci tanto col “vero” quanto con la rappresentazione.

Scopriamo così il nostro avatar ed in particolare il nostro volto dato che, in effetti, fino a quel momento non avevamo alcuna idea del nostro aspetto. Le sembianze della nostra faccia sono quelle di un grande bimbo dalla pelle blu, e d'altronde il nostro meta-io deve ancora nascere. Accendiamo allora dallo specchio al menu di creazione del nostro avatar, che anche se non è ricchissimo di opzioni ci permette di scegliere fra diversi *tipi* di corpi, capelli, volti, vestiti, etc. (Fig. 1).

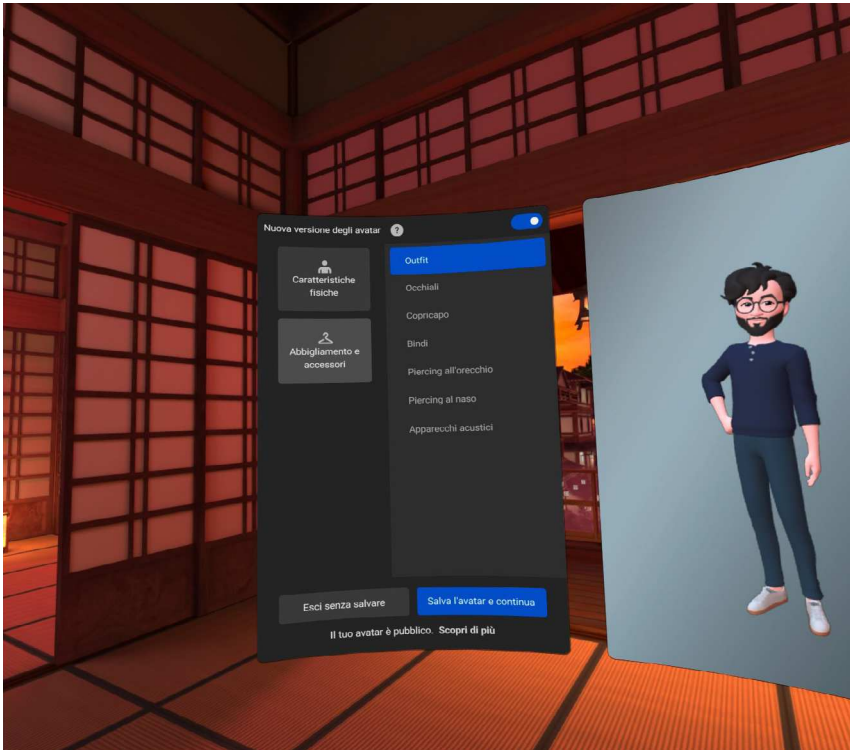


Fig. 1: Editor dell'avatar dell'Oculus Quest 2

Una scelta che faremo a seconda di chi siamo o, più realisticamente, di chi vogliamo essere: il che, in fondo, non è nemmeno così distante da ciò che facciamo nella nostra vita vera se non per il fatto che qui nulla del nostro corpo materiale e della nostra condizione socioeconomica fa resistenza all'immagine di noi che vogliamo presentare agli altri. Fra questi oggetti a nostra disposizione, salta all'occhio l'assenza delle mascherine dal repertorio virtuale di Meta che rivela l'intento di essere un luogo rassicurante sia dal punto di vista di una distanza dalle preoccupazioni della nostra realtà che dal punto di vista della lettura senza intralci delle interazioni faccia-faccia (Marini et al. 2021). Una scelta, questa di Meta, in realtà non così scontata se pensiamo invece che alcuni dei più famosi mondi videoludici basati sulla socialità (*Fortnite*, *Animal Crossing* e *Pokemon Go*) hanno fatto la scelta opposta introducendo la possibilità per gli avatar di indossarle. Una volta finita la creazione, torniamo nel metaverso e ci rispecchiamo in un senso nuovo. In quel momento non soltanto assumiamo lentamente la nostra nuova meta-identità, ma facciamo anche conoscenza con le capacità espressive del nostro volto: ci guardiamo sorridere, aggrottare le sopracciglia, cerchiamo di capire se anche il nostro meta-io ha un profilo migliore e se il vestito che abbiamo non ci ingrassa. Espressioni che tuttavia purtroppo l'avatar fa quasi del tutto in automatico e per lo più sulla base del nostro parlato. Notiamo infine che se la pandemia ci aveva resi dei volti senza corpi (Surace, 2020) il metaverso lui ci restituisce metà di questo corpo poiché include il busto ma non le gambe. Finita questa prima sessione di conoscenza, che ci informa anche su come gli altri ci vedranno (un dato fondamentale in un mondo virtuale che vuole replicare la socialità), ci dirigiamo verso la porta per uscire finalmente di casa.

Qui un nuovo piccolo tutorial ci informa di avere a nostra disposizione un orologio virtuale che ci permette tre funzioni fondamentali: creare

uno spazio sicuro in cui gli altri non possono entrare (in VR l'impressione di essere toccati da altri può essere così forte da dare l'impressione di un abuso ed infatti Meta ha già avuto dei casi simili¹¹), attivare o disattivare il nostro microfono per decidere se gli altri possono sentirci o meno, e infine controllare i profili degli altri utenti potendo vedere “amici in comune”, eventuali foto profilo e potendo anche decidere di silenziarli o denunciarli per comportamenti scorretti. Una volta che si è imparato a usare questo nuovo gadget, si entra finalmente nella “Plaza”. Ci troviamo ora in uno spazio fisico abbastanza ampio, con un grande albero (un po' triste a dire il vero) al centro e, alle estremità, diversi “portali” verso altri spazi dedicati per assistere a specifici “eventi” e “spettacoli” (Fig. 2)¹².



Fig. 2: La piazza di “Venues”.

11 <https://multiplayer.it/notizie/meta-donna-denuncia-molestia-sessuale-avvenuta-vr-metaverso.html>

12 <https://uploadvr.com/oculus-venues-beta-facebook-connect/>

Da italiani, l'impressione è a dire il vero più simile a un centro commerciale o a una stazione che non a una piazza, ma sorvoliamo. È invece molto significativo che, come *Second Life* molti anni prima, venga scelta nuovamente il linguaggio dello spazio della città per permettere agli utenti di coltivare la propria nuova identità (Santangelo 2008) e sentirsi, per così dire, a casa. In questo spazio, la prima cosa che vediamo sono diversi utenti al centro della piazza, disposti in semicerchio (e con una certa cura della prossemica) e impegnati in una qualche discussione. Ora, se nella realtà fisica sei persone sconosciute stessero parlando davanti a noi, di norma noi non andremmo ad orecchiare la loro discussione privata. Ma nel metaverso invece tutto il senso dello stare insieme si fonda su questi piccoli atti. Avvicinandoci ci rendiamo però conto che a parlare sono solo due persone, circondate da altri utenti in silenzio e forse imbarazzati dal fatto di sapere bene come introdursi nel discorso. Anche noi d'altronde proviamo un certo senso di incertezza e disagio, anche "grazie" al senso di presenza rinomato della VR per cui sentiamo effettivamente una qualche vicinanza fisica ai corpi altrui. Situazione alla quale cerchiamo di rimediare cercando di incrociare lo sguardo con altri, magari sperando di scambiare un sorriso (automatizzato certo, ma una vecchia abitudine impossibile da debellare!) e cercando il più possibile di sembrare naturali. Gli altri astanti però non sembrano ricambiare le nostre intenzioni, le loro teste sono fisse altrove, mentre i due parlanti sono impegnati a parlare di un buon ristorante della loro città ignorando completamente il loro statuto di attrazione pubblica. Costatando dopo un po' di essere impacciati socialmente nel metaverso tanto quanto nella vita reale, andiamo via sentendoci un po' soli ma al tempo stesso divertiti dalla situazione.

Poco più avanti un cartello ci informa sul fatto che possiamo anche scattarci un selfie, occasione che non ci facciamo sfuggire: anche

perché nel metaverso nessuno può farti una foto su gentile richiesta come poteva accadere in passato. Attraversiamo a questo punto una delle grandi porte per assistere al concerto rock di un artista asiatico che non conosciamo. Lì troviamo una sola persona, in piedi davanti a uno schermo gigante *en abyme*, che si sta godendo lo spettacolo. Ci avviciniamo dunque per fare conoscenza, ma improvvisamente quella persona scompare. La vediamo però pochissimo dopo volare oltre i confini dello schermo e poi ritornare accanto a noi. Prendendo il nostro coraggio a due mani, dirigiamo il nostro volto verso di lui e facciamo un “Hi” che fortunatamente trova risposta e riceviamo il nostro primo meta-sorriso. La persona comincia a parlarci del fatto che non ha assolutamente idea di cosa stia guardando, un ottimo spunto per una discussione fra sconosciuti dato che ovviamente lo stesso vale per noi. Dopo aver scherzato brevemente, gli chiediamo della sua strana capacità di “volare” e andare oltre i confini dello spazio. Al che con grande entusiasmo la persona accanto a noi ci spiega il trucchetto (*glitch*) per sfruttare un difetto del programma, altro argomento di grande intesa in quanto da sempre la ricerca di queste possibilità accomuna *geek* (quali siamo) di ogni genere. Soddisfatti da questa prima piacevole interazione, salutiamo cordialmente e ci rechiamo questa volta a uno spettacolo di wrestling. Troviamo una situazione molto simile a quella di prima: una sola persona davanti allo schermo. Salutiamo anche qui cordialmente, ma questa volta non otteniamo grandi risposte. L’assenza di uno scambio facciale qui si fa davvero inquietante, con questo meta-avatar che sorride a tratti nonostante abbia dietro una persona che probabilmente ha tutt’altra espressione. Poco dopo, un altro utente entra però nella sala e viene dritto verso di noi, o meglio verso di lui. La prima cosa che gli chiede e se è un trader di criptovalute, al che immediatamente lui risponde di sì. Sorpresi dalla situazione, ci rendiamo conto per la pri-

ma volta di qualcosa che era stato sotto i nostri occhi ma che avevamo ignorato: i nome utenti delle persone sono iscritti sopra le loro teste, e l'avatar accanto a noi si chiama "crypto" qualcosa. Comincia così fra i due una lunghissima discussione sugli investimenti e sui guadagni delle criptovalute, fatta ignorando completamente il fatto che eravamo lì. Cominciandoci a sentire nuovamente a disagio, ci avviamo per uscire quando improvvisamente un avatar femminile entra in sala. Salutiamo da lontano con la mano e il saluto viene ricambiato. Facciamo segno all'avatar di avvicinarsi ed eccoci in compagnia di questa giovane meta-ragazza dai capelli blu e con un elegante vestito nero. Al posto del solito "ciao" decidiamo di essere un tantino più originali con un "Ti piace il wrestling?", ma la risposta che riceviamo è quasi incomprensibile per colpa del tono di voce molto strano e acuto. Ripetiamo allora una seconda domanda più banale ma otteniamo nuovamente la stessa risposta, e solo a quel punto capiamo di avere in realtà a che fare con una bambina che però "corre via" da noi e scompare. In effetti, leggendo le varie recensioni¹³ di Meta i bambini sono una utenza molto presente e in molti casi sono visti come una vera e propria piaga di questo spazio sociale per colpa del loro comportamento. Questa esperienza ci porta a chiederci seriamente con chi abbiamo interagito fino a questo punto e, utilizzando il nostro crypto amico come "cavia", accediamo alla funzione del nostro "ghostwatch", scoprendo la foto del suo profilo Facebook, nel caso specifico molto simile all'avatar. Un po' stanchi, andiamo via tornando un'ultima volta nella piazza, dove vediamo due utenti litigare in pubblico, e uno dei due dare del "Mickey Mouse" a una donna che ha scelto una pettinatura che effettivamente si presta a questo tipo di ironia. Ha d'altronde perfettamente senso che anche i nostri meta-cor-

13

<https://www.oculus.com/experiences/quest/3002729676463989/>

pi possano essere oggetto di derisioni e critiche visto che, dopotutto, li abbiamo scelti noi (quasi) in tutto e per tutto. Usciamo da “Venues” e ci rechiamo poi in “Workrooms”, il nostro ufficio virtuale con tanto di megascrivania e lavagna, per simulare una riunione di lavoro con una collega e amica¹⁴ che vive a Tampere. Per colpa di una difficoltà tecnica del suo visore, la collega accede però alla nostra sala tramite la webcam del suo computer sotto forma di “schermo fluttuante” e abbiamo così uno strano faccia a faccia asimmetrico (noi vediamo il suo volto fotografico in tempo reale mentre lei non vede che il nostro avatar). Questa nuova situazione formale fa pesare ancora di più la mancanza di controllo sul volto e di non avere in fondo altro che una testa: dopotutto chi vorrebbe rischiare di avere un avatar che produce espressioni facciali inappropriate in un contesto lavorativo (come esibire un grande sorriso al proprio capo durante un suo rimprovero)? L’unica soluzione, per ora, sembra quella di ignorare completamente queste espressioni considerandole insignificanti in quanto largamente involontarie.

Infatti, potremmo considerarle quasi *maschere di felicità* create per rappresentare ideologicamente una euforia fittizia del metaverso (i metavolti dei nostri avatar riproducono infatti spesso sorrisi automatici ma mai espressioni di paura, disgusto o rabbia). Ma, alla luce delle centralità che il volto ha in ogni tipo di scambio sociale, questa operazione è in realtà così innaturale da risultare cognitivamente difficile da compiere. Così, mentre parliamo con la nostra collega ci ritroviamo spesso a controllare la nostra stessa faccia tramite l’interfaccia che svolge quasi una funzione di specchio (Fig. 3).

14 Un sentito ringraziamento a Nikoletta per l’aiuto.



Fig. 3: Visualizzazione del proprio volto tramite il menu che ci informa di come appariamo.

Finita la riunione ci salutiamo amichevolmente e facciamo ritorno alla nostra realtà fisica.

Metavolti (non è solo un gioco di parole)

Allo stato attuale, Meta è uno spazio virtuale della futura socialità che, in attesa di diventare la nostra nuova realtà, rimane per ora sostanzialmente una meta turistica gamificata (Thibault e Soro 2020) in cui ci si reca per curiosità. Ciò nonostante, è già possibile fare alcune considerazioni sulla base di quanto abbiamo osservato. La breve esperienza che abbiamo avuto nel metaverso potrebbe essere analizzata da molteplici punti di vista; noi qui ci concentreremo unicamente su un aspetto che d'altronde è già emerso da sé: il ruolo centrale del volto. Per avere effetti di interazioni naturali in contesti virtuali (lo scopo sul lungo termine di

Meta), sono necessari volti virtuali complessi, espressivi e credibili. Con i recenti sviluppi di “MetaHuman” di Epic (Giuliana 2022b) e con l’acquisizione ancora più recente di Ziva Dynamics da parte di Unity, l’industria dei videogiochi lo ha chiaramente dimostrato. Anche i creatori di Meta, da parte loro, hanno affermato chiaramente che i volti sono una priorità per il metaverso a venire:

“Una delle cose di cui sono davvero entusiasta per le versioni future è ottenere il rilevamento degli occhi e del viso, perché se sei davvero entusiasta della presenza sui social vuoi assicurarti che il dispositivo abbia tutti i sensori per animare davvero in modo realistico avatar in modo da poter comunicare bene. [...] Quando penso a dove sei oggi con la realtà virtuale, ci sono alcuni giochi davvero fantastici ed esperienze diverse, ma mi piacerebbe arrivare al punto in cui hai avatar realistici di te stesso e dove puoi creare contatti visivi davvero autentici con qualcuno e avere espressioni reali che si riflettono sul tuo avatar. Quindi cosa ti serve per questo? Bene, devi essere in grado di tracciare gli occhi per ottenere il contatto visivo. Devi avere un certo sensore del tracciamento del viso o un’idea di ciò che sta succedendo con le espressioni della persona per essere in grado di far passare quelle emozioni in modo naturale”.¹⁵

Non sorprende dunque la notizia che pochi mesi fa nel firmware v32 del visore *Quest* siano state trovate delle stringhe relative a future capacità di *eye tracking* e *face tracking* con un setup del visore che richiede agli utenti di esprimere rabbia, sorpresa e felicità¹⁶. Queste future possibilità ci permettono di definire già oggi i volti degli avatar del metaverso a ve-

15 <https://uploadvr.com/zuckerberg-quest-3-4-eye-face-tracking/>

16 <https://uploadvr.com/quest-pro-face-eye-tracking-oculus-firmware/>

nire come dei metavolti, distinguendoli da precedenti volti artificiali che funzionavano sostanzialmente come maschere.

Perché però distinguerli? Cosa hanno di speciale? Dopotutto già nel 1986 il videogioco “Habitat” proponeva un ambiente virtuale sociale interattivo in cui esibire una faccia e in seguito “Second Life” ha avuto ancora più successo nello stesso intento. Per non parlare di tutti gli avatar creati nella storia dei videogiochi (Giuliana 2021) che ci consentivano già il piacere di guardaci nello specchio, provare un senso identitario, mostrare alcune espressioni facciali, scattarci foto ricordo, e molto altro ancora. A ciò si aggiunge poi il fatto che già da molti anni le immagini statiche sono state affiancate nelle reti e app sociali (Da Snapchat a Tinder) da immagini algoritmiche (Eugeni, 2021) caratterizzate dal movimento, dal ritocco marcatamente digitale e persino dalla deformazione. Persino l’idea di incontrare altre persone in VR con l’unico scopo di “chiacchierare” e fare conoscenza “faccia-a-faccia” non è nuova ed è nata sostanzialmente cinque anni fa con “VRChat”. Vi sono però tre ragioni sostanziali per cui diventa necessario distinguere queste facce nel campo degli studi accademici sui volti digitali.

Il primo motivo riguarda il legame tra Meta e il proprio account Facebook, con questi metavolti che sono *fra* più identità rimandando da un lato alla persona dietro il visore e dall’altro ad altri volti creati in altri contesti sociali. Da questo punto di vista Meta è (ingannevolmente) più rassicurante, dato che permette potenzialmente di riferire l’immagine davanti a noi all’immagine fotografica di un account o in ogni caso ad una altra identità. Uno stato di anti-anonimato che nella storia della socialità nelle realtà virtuali sono di fatto nuovi poiché in contesti privi della possibilità di una faccia (pensiamo a un classico videogioco online) è precisamente la maschera a svolgere la funzione del volto in termini identitari (Marino 2022). Per altro, questa correlazione fra più identità sociali è

una questione al quanto controversa¹⁷ di cui è conscio lo stesso Zuckerberg che ha promesso in futuro la non obbligatorietà di un account Facebook per accedere a Meta. A prescindere da queste dichiarazioni, tuttavia, il Metavolto è per ora una identità terza anziché seconda, immagine di una immagine che si situa tra il volto vero e il volto fotografico e che mette in crisi la possibilità stessa di una attribuzione identitaria chiara. Effetto di “irrealtà iconica” che viene a maggior ragione incrementato dallo stile estetico (per così dire “da cartone animato”) degli avatar.

Il secondo motivo può essere spiegato attraverso il concetto di indicalità, e cioè considerando il particolare tipo di produzione segnica che determina il metavolto come superficie dell’espressione che è in una relazione causale-contigua col volto in carne ed ossa. Al contrario, fino ad oggi, la maggior parte dei volti digitali nei mondi virtuali ha potuto esprimere ciò che desiderava senza mai poter dare al suo spettatore alcuna informazione sulla espressione facciale fattuale e attuale della persona. Ciò cambiava in modo significativo lo statuto semiotico di questi volti artificiali, rendendoli innaturali da un punto di vista semiotico-comunicativo proprio perché essi non potevano fingersi come *segni naturali* (Leone 2022) della “vera persona” rivelandone la “vera identità”, i “veri pensieri”, le “vere emozioni” etc. Il volto è infatti definito discorsivamente proprio da questo rapporto complesso con la verità e soggettività che deriva dal suo trovarsi fra i due estremi della maschera (menzogna assoluta) e la faccia (verità assoluta). Mentre però gli immaginari del futuro sembrano portare verso volti cibernetici e aumentati che annullano questa distinzione (Giuliana 2022a), il metavolto a venire difende, al contrario, questa costruzione discorsiva del volto come rivelatore e abbraccia una estetica transumana della digitalizzazione del corpo (Barbotto 2021). Infatti,

17 <https://www.theverge.com/2021/10/28/22751297/meta-oculus-quest-need-facebook-account-login-password>

nel momento in cui dei sensori tracciano e riproducono *in automatico* come immagine una data configurazione del volto, rinasce la necessità eventuale di *occultare* queste espressioni e così il volto riacquisisce il suo statuto semiotico pieno tramite la sua possibilità di *mentire*. Occultare un metavolto, però, non equivale a occultare un volto in carne ed ossa, e ci richiederà di reimparare a mentire col volto, questa volta capendo sia il funzionamento del software che dell'hardware del visore in questione (esempio: entro quali limiti devo/posso muovere le mie sopracciglia perché vengano lette?). Si noti bene però che la rilevanza del metavolto non sta nella futura implementazione di una face-detection che produce in tempo reale un volto digitale dinamico, tecnologia che di per sé Apple ha rilasciato più di cinque anni fa con le Memoji. Il cambiamento sta nel fatto che, se in passato questo volto indicale veniva appositamente attivato per la creazione di un contenuto specifico (da semplici *stories* al video ufficiale della canzone “Posso” di Carl Brave¹⁸), ora in Meta la “detection” è costante, “imposta” e sfugge a un nostro personale progetto comunicativo. Tale visore diventa, conseguentemente, interfaccia dell'interfaccia sia per noi che per i nostri interlocutori, stabilendo di fatto un nuovo tipo di relazione fra la dimensione digitale dell'avatar virtuale (nel senso di infinite possibilità) e l'ontologia biologica attuale (e cioè già realizzata a partire dalle possibilità) della nostra faccia.

L'ultimo punto, infine, riguarda la funzione sociale dei metavolti, concerne cioè un aspetto pragmatico. Concepire una socialità virtuale in cui la comunicazione fra utenti viene naturalizzata tramite effetti di faccia-a-faccia, pone il problema della ridotta complessità del volto digitale come superficie espressiva. Nelle culture umane il volto è infatti un oggetto iper-codificato e iper-connotato: dal singolo dettaglio facciale (neo,

18 <https://www.youtube.com/watch?v=oTpx6D1K6Q>

naso appuntito, etc.) alle proporzioni matematiche del cranio (Gramigna e Voto, 2022) e senza dimenticare ovviamente le sfumature espressive (i vari tipi di sorrisi), tutto nel volto sembra ineluttabilmente significare. Ciò accade perché i volti sono oggetti con cui noi *facciamo cose*, con cui agiamo sugli altri e tramite cui veniamo agiti, in altre parole che sin dal primo sguardo (Todorov, 2017) portano con sé dei rischi e delle opportunità. La loro interpretazione culturale è di conseguenza strettamente legata all'agire sociale. Da questo punto di vista, la ridotta capacità informativa e rappresentativa dei volti digitali nelle realtà virtuali passate era tutto sommato poco problematica poiché queste realtà non ambivano a sostituire i luoghi e gli scopi della socialità del mondo. Meta, invece, sembra proporsi come futuro sostituto della nostra socialità "fisica", o quanto meno di una parte di essa. Fornendo tuttavia agli utenti degli avatar molto generici che non permettono più le stesse interpretazioni, Meta compromette le basi semiotiche di questo agire sociale. Anziché smettere di significare, tuttavia, è molto più probabile che i metavolti facciano invece nascere delle nuove griglie di lettura e delle nuove semantiche: diventando appunto una categoria molto speciale di volti.

Questi tre punti, in conclusione, fanno sì che "*metavolto*" non sia solo un gioco di parole ma determini una categoria di volti artificiali che indica da un lato ciò che attualmente di più vicino esiste a un volto digitalmente semio-biologico, e dall'altro un volto il cui senso dipende dalla relazione con gli altri volti discorsivi e sociali che abbiamo creato in passato. Per di più, la centralità assoluta del volto in questo nuovo contesto comunicativo è un modo di ripensare l'idea stessa di realtà virtuale condivisa (Schroeder 2011) ed è un indice dei cambiamenti socioculturali attorno al volto che stanno accadendo in questi anni nel contesto della nostra cultura digitale. Il futuro del metavolto, indipendente da Meta stesso, merita dunque la nostra più grande attenzione e noi saremo lì per studiarlo.

Bibliografia

Barbotto S. (2021) *Artificial Face and Transhumanism in Contemporary Art*, “Lexia”, 37-38: 261-283.

Biggio F., Dos Santos V. e Giuliana G.T. (a cura di) (2020), *Meaning-Making in Extended Reality. Senso e Virtualità*, Aracne, Roma.

Eco U. (1964) *Apocalittici e integrati: comunicazioni di massa e teorie della cultura di massa*, Bompiani, Milano.

Eco U. (1994) *Sugli specchi e altri saggi*, Bompiani, Milano.

Eugenì R. (2021) *Capitale algoritmico. Cinque dispositivi postmediali (più uno)*, Brescia, Scholé.

Gerosa M. (2007) *Second Life*, Meltemi, Roma.

Giuliana G.T. (2022a, In stampa) « Faut-il envisager la fin des visages ? Réflexions sur Cyberpunk 2077 » in : Leone M. e Giuliana G.T. (a cura di) *Le futur du visage*, Aracne, Roma.

Giuliana G.T. (2022b, In stampa) *What’s so special about contemporary CG faces? Semiotics of MetaHuman*, “Topoi”, June 2022.

Giuliana G.T. (2021) “L’Oggettuale e la Persona nella cultura digitale”, In Pozzo J. e Vissio G. (a cura di), *Culture delle persona: itinerari di ricerca tra semiotica, filosofia e scienze umane*, Accademia Press, Torino.

Giuliana G.T. (2021) *Funzioni e valori del volto nei giochi digitali*, “Lexia”, 37-38: 381-420.

Gramigna R. e Voto C. (2022, In stampa) *Notes on semiotics of face recognition*, “Sign System Studies”.

Leone M. (2021) *Mirrors, Selfies, and Alephs: A Semiotics of Immobility Travelogues*, “Cultura” 18 (2): 113-137.

Leone M. (a cura di) (2021) *Volti artificiali / Artificial Faces*. Numero monografico di *Lexia*, 37-38, Aracne, Roma.

Leone M. (2021) *Indexes: Cultural Nature and Natural Culture*, “Rivista di estetica”, 76 (1): 95-112.

Marini M., Ansani A., Paglieri F., Caruana F. e Viola M. (2021) *The impact of facemasks on emotion recognition, trust attribution and re-identification*, “Sci Rep”, 11: 5577 .

Marino G. (2022, In stampa) *Cultures of the (masked) face*, “Sign Systems Studies”.

Schroeder R. (2011) *Being There Together: Social Interaction in Shared Virtual Environments*, Oxford University Press, Oxford.

Santangelo A. (2008), “La rappresentazione dello spazio urbano su Second Life”, in Marrone G. e Pezzini I., *Linguaggi della Città. Senso e Metropoli II. Modelli e proposte di analisi*, Meltemi, Roma, 285-294.

Surace B. (2020) “Volti senza corpi. Sul ruolo del volto digitale nell’era della crisi pandemica”, in M. Leone (ed.), *Volti virali*, Facets Digital Press, Torino.

Thibault M. e Soro E. (2020) *Digital Playful Tourism: Meaning-making between Place Promotion and Gamification*, “Lexia”, 33-34:187-210.

Todorov A. (2017) *Face Value The Irresistible Influence of First Impressions*, Princeton University Press, Princeton.

Sitografia

<https://about.facebook.com/>

www.oculus.com

www.uploadvr.com

www.theverge.com

www.youtube.com



**Transmedia
storytelling,
meta-verso(?)
e corpi estesi**

Ma anche volti esclusi

Silvia Barbotto

Teorie incontrate e sentimenti scompaginati affiorano integrandosi tra le polarità vibranti dell'ignoto: sganciato dalla dimensionalità finora conosciuta, il meta¹-verso accede al potenziale ancora latente ma già accumulato nei percorsi epistemici e materici non solamente degli ultimi anni o decenni, ma anche degli ultimi secoli. Se pensiamo alla costruzione e visualizzazione di immagini ed informazioni, accediamo, retrocedendo drasticamente nel tempo che fu, ai contenuti delle pitture rupestri, alle manifestazioni artistiche nelle quali il medium diventa tecnologia della significazione. Ora la tecnologia e l'informazione, parole chiave nell'universo dipinto come meta- assumono funzioni, fattezze e materialità ben diverse.

Il meta-volto nell'era digitale dev'essere contestualizzato all'interno di una situazione semiotica e tale situazione è una storia interattiva e ipertestuale, le cui origini risalgono a varie decadi addietro. La sua predisposizione organizzativa integra diverse dimensioni narrative, ognuna delle quali si collega, in modo più o meno diretto, con altre grandezze. Si è contemporaneamente² consumatori e produttori di significati e l'itinerare nella costruzione del senso comporta strategie comunicative e ricettive particolari, ancora in via di stabilizzazione. Considerare il volto come un dispositivo che racconta storie transmediali implica non solamente lasciarsi guidare dagli stimoli incoativi dettati dalla sua superficie, ma anche propiziare l'accesso ai livelli profondi e alle stratificazioni di forma e contenuto. Tale racconto è, quindi, identificato, elaborato, *clusterizzato*, archiviato.

1 Potremmo soffermarci a lungo sul prefisso meta- che porta con sé il senso di profondità e correlazione tra vari elementi sistemici che permettono di auto-comprendersi e riconoscersi virando al di là, a lato di. Meteverso, invece, viene nominato per la prima volta nel 1992, all'interno del romanzo di scienza fiction *Snowcrash* di Stephenson Neal.

2 Ci riferiamo qui al concetto di *prosumer*.

La dimensionalità scalare con approccio mereologico coordina micro e macro mondo, dal pixel all'atomo e viceversa, dalla dimensione nanometrica ed iperlocale, a quella transplanetaria che si misura in anni luce: entrambe contribuiscono alla costruzione del multiverso, dell'omniverso, del meta-verso. Le categorie semantiche utilizzate per tale analisi hanno una soglia intenzionale ampia e sinestesica: soluzione e dissoluzione penetrano nel linguaggio algoritmico, nuovi paradigmi biopolitici contribuiscono ad aggiornare lo statuto dell'immagine e l'edificazione sinestesica dell'apparato esperienziale, etica ed estetica tessono materialità derivate, frequenze pulsanti in una viralità-virtualità globale.

Coordinandoci tra vari autori della disciplina semiotica e dei *media studies*, e attraversando trasversalmente l'impronta storica giunta a noi, ci ritroviamo immersi nell'intreccio integrato di un meta-verso in attuazione, ambigua multidimensionalità che proviamo a studiare ed analizzare, prevedibilmente, in prospettiva. Studiosi quali Jenkins e Lughì stabiliscono una mappatura dello *storytelling* utile per orientarci nel percorso semio-digitale e socio-geografico.

Dal fenomeno immersivo alle sussunzioni concettuali, nell'intelleggibilità del fare con un corpo-altro, alterato, digitalizzato e volatilizzato, ci addentriamo nel meta-verso ipostatizzando l'ibridazione tra il volto numerico e quello fisico. Disgregazione del fenomeno individuale, il meta-volto mette in discussione la singolarità e l'umanità e contribuisce, in una modalità in via di definizione, alla costruzione di un nuovo sé individuale e collettivo. Assemblando un collage i cui pezzi vanno in parte ancora materializzati, attraverso un percorso generativo e strutturale seppur sfuggente e assai complesso, proviamo a capirne la costituzione distorta, approdo di una decostruzione necessaria. Nell'*ensemble* processuale della significazione del meta-volto vi è un altissimo grado di instabilità e incertezza: questioni politiche, etico-morali, nonché intime e

patemiche, sono coinvolte nella sua formalizzazione. Nel consolidamento testuale di casi specifici e studi ipotetici, chiariremo svariati dubbi e, sollevandone di nuovi, varcheremo alcune frontiere.

Viralità, virtualità e i volti trasmediatici

Il 15 marzo 2020, agli inizi della prima ondata pandemica COVID-19 in Italia, Don Giuseppe Corbari si ritrova al centro dell'attenzione mediatica per l'innovativa modalità con cui svolge la propria funzione religiosa. Così come tutt'Italia, gran parte degli stati Europei e di tutti i continenti, anche Giussano, piccolo paesino lombardo, vive in pieno *lockdown*: il parroco, anelando i suoi fedeli, chiede loro di spedirgli un *selfie*, stampa le immagini ricevute e le colloca ordinate tra i banchi della chiesa. La messa avviene in diretta streaming, tra gli indici simulacrali dei volti partecipanti. Riflesso fenomenico innovativo, nel plesso di un'ondata pandemica inaspettata, a due anni di distanza l'azione risulta ancora affascinante su vari fronti: la *praesentia in absentia*, la modalizzazione simulacrale, l'intermediazione co-partecipata.

Nel meta-verso, vi sarebbero tra i banchi ologrammi digitali interattivi, intangibili però anch'essi, materia immaginabile. Nello stesso anno, evidenziando come la compenetrazione della VR raggiunga ormai gli ambiti più disparati e rimanendo nel sotto-sistema religioso riconosciuto come fortemente tradizionale, ma capace di innovarsi e muovere capitale, l'orchestra Barocca catalana insieme ad un fitto numero di collaboratori, finanziata dalla Fundaciòn "la Caixa", anima la Basilica di Santa Maria del Mar (Spagna) con centinaia di ologrammi, tra cantanti e cittadini interpreti. Numerosissime, poi, sono le testimonianze di accesso da parte della realtà virtuale non solo sugli schermi consueti dei nostri dispositivi, ma anche tra le interfacce urbane e pubbliche, in spazi aperti e serra-

ti. La proiezione in scala aumentata dell'esempio catalano sottolinea le possibilità transumane di tali pratiche: l'immagine, come trasmissione di radiazioni elettromagnetiche appartenenti allo spettro del visibile, si scorpora dal sedimento fisico al quale era solita appartenere, per entrare in una dimensione altra.

Le caratteristiche di questa dimensione, chiamata per sineddoche meta-verso, sono in via di sviluppo: ci rivolgiamo a tale figura letteraria perché si è soliti agglomerare al termine Metaverso³ l'adozione privatizzata da parte di Mark Zuckerberg per riferirsi alla piattaforma immersiva risultante dallo sviluppo di Facebook, come unica realtà conciliante realtà-virtualità.

È bene, invece, includere altre realtà extra-Zuckerberghiane: ascriveremo quindi al meta-verso quell'insieme di situazioni progettuali ed evenemenziali caratterizzate dalla transmedialità, virtualità, viralità che si poggiano sull'interazione essere vivente-non vivente, essere umano-macchina in un sistema modellizzante diffuso e in divenire (e che talvolta assume altre denominazioni, come per esempio Omniverso, su proposta di NVIDIA). Potremmo rivolgerci al trans-volto nel trans-verso? Lo vedremo, ma per ora sappiamo che la creazione di Zuckerberg e collaboratori è senza dubbio tra le più imponenti ed emblematiche, ecco perché è riferimento ineludibile all'urgente riflessione contemporanea sui fondamenti orchestrali e sulle innervature progettuali di una nuova società del futuro.

Abbiamo iniziato con un riferimento pandemico, uno perché la Pandemia da COVID-19 è tutt'ora presente non solo come scia propagata da un nucleo ormai lontano, ma anche come agglomerato fisico-epistemologico di un'intensa trama ancora presente, espansasi a livello globale, e due

3 Indicheremo quindi con Metaverso l'iniziativa di Zurkenberg e con meta-verso la sua versione generalizzata.

perché risulta proficuo, ai fini della ricerca, sottolineare ancora una volta, la stretta relazione tra viralità e virtualità. Nella *Società della Stanchezza* (*Müdigkeitsgesellschaft*), Byung-Chul Han (2012: 7) si allontana enormemente da quello che sarebbe poi stato, pochi anni a seguire, il succedersi dei fatti pandemici, iniziando così il suo libro: “Ogni epoca ha le sue malattie. Così, c’è stata un’epoca batterica, finita poi con l’invenzione degli antibiotici. Nonostante l’immensa paura di una pandemia influenzale, oggi non viviamo in un’epoca virale. L’abbiamo superata grazie alla tecnica immunologica.” L’epoca virale non l’abbiamo superata, anzi, ne siamo immersi. Su vari fronti però, le intuizioni di Byung-Chul Han risultano di grande lungimiranza, se pensiamo alla relazione, in accordo con Baudrillard, tra viralità con virtualità: “Quella delle reti e del virtuale è una violenza virale. Una violenza del dolce sterminio, una violenza genetica e comunicazionale, una violenza del consenso [...]. Questa violenza è virale nel senso che non opera frontalmente ma per contiguità, per contagio, per reazione a catena, e nel senso che mira innanzitutto alla perdita di tutte le nostre immunità. E poi virale anche nel senso che, a differenza della violenza negativa, della violenza classica del negativo, questa opera per eccesso di positività, come le cellule cancerogene, per proliferazione infinita, escrescenze e metastasi. Tra virtualità e viralità c’è una complicità profonda.” (Baudrillard in Byung-Chul Han, 2012: 17-18)

Lo stesso Baudrillard nel suo libro *La Transparence du Mal*, enfatizza l’influenza trasversale e diffusa della viralità su qualsiasi disciplina: “Le thème viral *n’est pas* un transposition du champ biologique, car tout est touché en même temps et au même titre par la virulence, par la réaction en chaîne, la propagation aléatoire et insensée, la métastase [...] Contamination respective de toutes les catégories, substitution d’une sphère à l’autre, confusion des genres” (1991: 16) Questo magma mescolato, questa generalizzazione in cui si profilano caratteri

ibridi, transitori e transmutanti, sembra ben descrivere il meta-verso, nel quale anche gli assetti dei sistemi assiologici subiscono profondi cambiamenti. Considerata epoca di trasformazione e disordine, la società tracciata da Baudrillard collega estasi e metastasi come figure esplicative di un apparato sociale e artistico ultrarapido, vertice di una collettività ambigua e malata. Lo statuto dell'immagine sta al centro e l'immagine viene qui descritta come entità miracolosa, come un'icona che permette di eludere la questione della sua stessa esistenza: effettivamente, sul piano ontologico, le immagini proliferano nonostante il loro piano fattuale sia effimero, intangibile, virtuale.

Il rilevamento del male nell'epoca contemporanea, ma anche l'invito sempre più sbilanciato nei confronti di un atteggiamento positivo, porta ad un panorama euforico-disforico che assume fattezze dicotomiche radicali sfociando in una sovrapposizione aberrante e dannosa. *Visibilizzare* una condizione libera da congetture estremiste, ma carica di senso pragmatico e critico, è il nostro obiettivo.

Reality-virtuality continuum

Tra gli artisti-designer che negli ultimi anni hanno speculato in modo lungimirante e prolifico su quello che sta diventando il meta-verso, pur denominandolo diversamente, troviamo Keiichi Matsuda⁴ e nello specifico la sua opera intitolata *Hyper-reality*.⁵ Nella sua conferenza *Hyper-Reality: a new vision of the future* del 2014, il regista esplora la conformazione del nuovo spazio.

4 https://www.youtube.com/watch?v=F9_odbn5N68&ab_channel=FACTLiverpool

5 https://www.youtube.com/watch?v=YJg02ivYzSs&ab_channel=KeiichiMatsuda

Il meta-volto o la sua variante affine, il trans-volto, risiedono senza ombra di dubbio nel regime visivo: come sarebbe la VR per non vedenti? Esiste? Sembra che attualmente la velocità e sensibilità dei processori permetta di modellare vibrazioni sonore, tattili, olfattive e addirittura gustative all'interno dell'esperienza meta-versale⁶: numerosi ricercatori si stanno occupando di integrarvi il coinvolgimento di tutti i sensi. Per esempio Skarbez e colleghi dicono: “we have taken into consideration the advances in synthesizing and displaying data for the multiple senses.” (Skarbez et al., 2021)

Nonostante si stiano compiendo sforzi in questa direzione non vi è dubbio che si tratti ancora di esperienze con indole oculo-centrica e il comprovante abita nello strumento imprescindibile alla loro realizzazione: gli occhiali. Senza questa protesi, la meta-realtà è assolutamente impenetrabile: per accedervi infatti è necessario indossare un tipo di lenti sofisticatissime; sembra che le più innovative saranno marchiate Ray-ban, me ce ne sono tantissime in gestazione. Il processo di incorporazione del meta-verso e l'integrazione nel continuum reale-virtuale, avverrà tramite l'uso di dispositivi sempre meno invasivi e sempre più naturalizzati e naturalizzabili (si parla anche di braccialetti, giubbottini, caschi etc.): la protensione del corpo attraverso tecnologie mediatiche, si fa spazio accogliente.

Sembra che la progettualità di tali tecnologie, nello specifico derivanti dal progetto Cambria in collaborazione con Metaverso ed i Laboratori di tecnologia pervasiva, si stia addentrando proprio in quest'interazione tra corpo e mezzo tecnologico, nello specifico gli occhiali: ENMG⁷ (electro-

6 <https://www.youtube.com/watch?v=jUjstwJamm4>

7 Per approfondimenti si consiglia di visionare il sito della Federazione Francese di Neurologia: <https://www.ffn-neurologie.fr/grand-public/explorations-neurologiques/electromyogramme>

neuromyography) sarebbe l'esame del sistema nervoso periferico grazie al quale intercettare e dunque tradurre, codificare e trasportare digitalmente, le espressioni facciali in tempo reale. L'obiettivo di tali ricerche è quello di "misurare la conduzione delle fibre sensoriali del nervo, cioè le fibre che portano la nostra sensazione aptica sulla pelle per esempio, al midollo spinale, da dove l'informazione viene poi trasmessa al cervello. La stimolazione elettrica viene applicata al nervo e la registrazione dell'attività trasmessa viene fatta, in questo caso, a pochi centimetri del nervo stesso: risulta quindi sufficiente stimolare un punto. La registrazione del potenziale nervoso è più delicata perché la sua unità di misura è molto più piccola (qualche microvolt) rispetto al potenziale muscolare (qualche millivolt)." (Traduzione nostra dal sito FFN, nota 7) Grazie a questa sensibilità congetturale acquisita tramite l'ENMG, gli occhiali capteranno dunque minuziosamente le stimolazioni nervose poi trasmesse, *direttamente*, on-line.

Nel caso in cui sia vigente la tentazione di pensare il meta-verso come connesso *tout court*, sottolineiamo invece la necessità aprioristica di indossare lo strumento appena descritto per accedervi, per renderlo realizzabile⁸. La connettività infatti, ci dice Malafouris con riferimento anche a Hutchins, "non è a priori. Invece, si basa su presupposti che potrebbero enfatizzare alcuni tipi di connessioni rispetto ad altri. Questo ha la conseguenza di portare certi fenomeni al centro dell'attenzione mentre lascia altri inspiegabili o addirittura li rende invisibili." (Malafouris, 2013: 36. Traduzione nostra)⁹

8 Dialogando con il collega Bruno Surace, anch'egli autore in questo volume, è emersa l'esistenza di alcuni progetti la cui prerogativa è *l'always on*. Pensiamo ai lavori di Elon Musk e alle iniziative di Neuralink: <https://neuralink.com/>

9 Testo originale: "Connectivity is not *a priori*. Instead, it is based on assumptions that might emphasize some kinds of connections over others. This has the consequence of bringing certain phenomena to the center of attention while leaving some others unexplained or even rendering them invisible"

Secondo l'approccio di coinvolgimento-materiale (material-engagement approach: MET) sviluppato da questo autore nel suo libro *How things shape minds*, l'elaborazione delle tracce cognitive ha bisogno di un'incorporazione che va oltre la linearità input-output, stimolo-risposta, per intrecciarsi invece con la materialità del corpo stesso, le cui membrane si spargono tra i tessuti epidermici, in una sorta di cervello espanso, una decentralizzazione della mente e della sua *agentività*. L'enfasi filo ed ontogenetica di Malafouris, può aiutarci a stilare le modalità con cui il corpo si approccia al meta-verso, ma contribuisce soprattutto ad approfondire il concetto di interattività, stabilendone la principale caratteristica che verte sulla co-estensività: “per le neuroscienze, l'interattività è un processo che avviene tra regioni di attività all'interno del cervello individuale come conseguenza della pratica o di altre interazioni con il mondo. Per MET, invece, l'interattività non è una conseguenza ‘interna’ della pratica o dell'interazione con il mondo materiale, ma è continua e co-estensiva con esso.” (Malafouris, 2013: 48-49. Traduzione nostra)¹⁰

Cognizione e incorporazione, si riuniscono nell' *enattivismo* e ristabiliscono formalmente il sincretismo che appartiene loro. Nel suo capitolo intitolato *Enactivism, Sense-making and pragmatism*, Paolucci, richiamando soprattutto Varela e Maturana, descrive il punto di vista dell'enattivismo in relazione a quello semiotico-cognitivo: “From an enactive point of view, every cognition, perception, or thought is the result of a living body engaging in its own environment. However, from a cognitive semiotics' point of view, this environment is not a ‘natural’ one, but a

¹⁰ Testo originale: “For neuroscience, interactivity is a process that happens between activity regions inside the individual brain as a consequence of practice or other interaction with the world. For MET, on the other hand, interactivity is not an ‘internal’ consequence of practice or interaction with the material world but is continuous and co-extensive with it.”

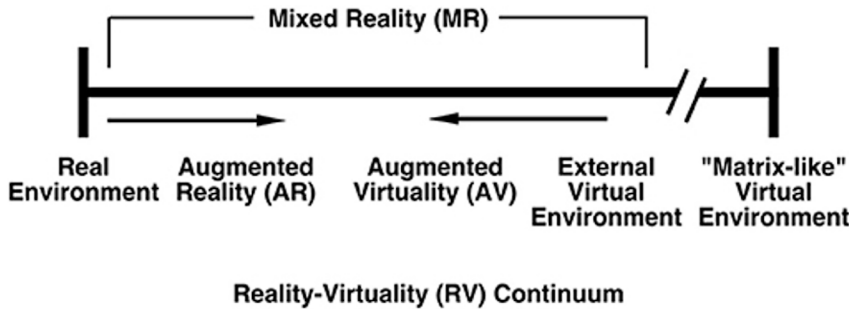
semiotic environment crowded with objects, norms, habits, institutions, and artefacts that shape our minds. The enactivist model for cognition is the living body, not the computer machine, as it was for the classic computational view.” (Paolucci, 2021: 10)

In questa prospettiva, l’assoggettamento del corpo nel meta-verso deve innanzitutto passare dalla problematizzazione dell’artefatto necessario al proprio accesso in tale mondo, appunto gli occhiali o altri dispositivi. La condizione di passaggio solleva il necessario adattamento alle prerogative intrinseche a questa incorporazione: l’artefatto in questione è infatti un sofisticatissimo dispositivo di elaborazione del senso, ma anche ricercatissimo macchinario di estrazione dati, sia qualitativi che quantitativi. Questionando il *continuum* tra dimensione fisico-reale e virtuale, questo mezzo costituisce appunto una frontiera, una soglia spaziale puntualmente circoscrivibile ad un apparato concreto, ma al tempo stesso *trigger base* la cui attivazione permette l’accesso e l’archivio di immensità incommensurabili di materiali informativi conosciuti come *big data*, poi categorizzati ed elaborati tramite l’intelligenza artificiale. C’è chi, a questo riguardo, si riferisce addirittura a forme di cannibalismo.¹¹

L’organismo che si assoggetta adattandosi ed abitando tale frontiera, entra di petto in quello che viene denominato il *Reality-Virtuality Continuum* (RV). RV, inizialmente elaborato da Milgram e Kishino nel 1994, viene poi aggiornato e riformulato assumendo la connotazione antitetica rispetto al nome designato, quella della discontinuità. Rivisitando la teoria RV, gli autori definiscono la Mixed Reality (MR) come “qualsiasi ambiente che consiste in una fusione di oggetti reali e virtuali come realtà mista

11 <https://www.ilfattoquotidiano.it/2021/11/05/zuckerberg-apre-le-porte-al-metaverso-si-rischia-una-profilazione-di-massa-ancora-piu-pervasiva/6381064/>

(MR). Gli ambienti di realtà mista in cui il mondo reale è aumentato con contenuti virtuali sono chiamati realtà aumentata (AR), mentre quelli in cui la maggior parte del contenuto è virtuale ma c'è una certa consapevolezza o inclusione di oggetti del mondo reale sono chiamati virtualità aumentata (AV)¹² (Shkarbez et al.)



Skarbez Richard, Smith Missie, Whitton Mary C. *Diagram about Reality-virtuality continuum*. 2021

Trans-verso: trans-media storytelling

In questa nuova sezione immaginiamo il meta-verso come un enorme e complesso armamentario multistrato e multilivello nel quale vigono le regole solitamente associate allo storytelling trans-mediale: ce ne parla Henry Jenkins¹³ nel suo testo seminale *I sette principi del transme-*

¹² Testo originale: They consider any environment which consists of a blending of real and virtual objects to be mixed reality (MR). Mixed reality environments where the real world is augmented with virtual content are called augmented reality (AR), while those where most of the content is virtual but there is some awareness or inclusion of real world objects are called augmented virtuality (AV)

¹³ http://henryjenkins.org/blog/2010/06/transmedia_education_the_7_pri.html

dia (risale al 2010 la versione rivisitata *Transmedia Education: the 7 principles revisited*) dove ripercorre l'idea di un'esperienza unificata e sviluppata sistematicamente attraverso la molteplicità testuale. In tale situazione si fonda la convergenza dei media in una narrazione trans-mediata: una nuova estetica, un'arte capace di creare mondi, una pratica educativa da mettere in atto.

Tale strumento sembra essere utile alla nostra riflessione, potenzialmente ed ulteriormente sviluppabile per fini analitici ma anche pedagogici, i quali susciterebbero domande quali: come ci educiamo al meta-verso? In quale momento diventerà assunzione paradigmatica normalizzata e in che modo, sin da ora, progettiamo - rifiutiamo la sua formalizzazione? Dovremo chiaramente compiere un'azione di adattamento alle prerogative appartenenti allo storytelling per poter compiere associazioni alla nuova forma del meta-verso.

L'applicabilità delle dinamiche presenti nel piano discorsivo dello storytelling diventa idonea nella visione in prospettiva del meta-verso, soprattutto nella sua declinazione transmediale. L'incoraggiamento all'interazione si amplifica ulteriormente raggiungendo profondità collaborative mai viste prima: l'enunciazione è sempre ibrida, spuria, perforata e perforabile. La gerarchia diffusa e la vettorialità orizzontale, trascurano troppo spesso la consistenza dei dati ormai considerati effimeri, passeggeri, volatili. I testi ultracomplexi sono il risultato di percorsi generativi che fanno capo a enormi macchinari, città transitorie dove i dati vengono immagazzinati, trasformati, edificati sotto nuovi paradigmi e restituiti velati, poliedrici e *idiosincratici*. Nell'alternanza tra i rumori sentiti dai recettori epidermici a contatto con impulsi fisici, si accostano quelli provenienti dal contesto: l'esperienza versatile del meta-verso accomuna commistione materica e materializzata di istanze quasi mitiche.

L'attualizzazione del processo pensativo e percettivo, verso un rizo-
ma vivo e vivido, confuso e rarefatto ma anche riconoscibile, può essere
conciliabile al paradigma dell'informazione aumentata, potenziata, illu-
soriamente illimitata. In questo panorama, la costruzione del mondo è
come la redazione di un'enciclopedia. Ma nel repertorio i linguaggi intro-
dotti non appartengono solamente al linguaggio naturale, al linguaggio
primario: insieme alla voce concettuale vi è infatti la voce sonora, quella
visiva, vi sono i linguaggi secondari anch'essi modellizzanti.

Finalmente, per rimarcare il tema didattico sottolineandone educative
e riprendendo il pensiero di Jenkins, concluderemo le potenzialità educa-
tive, concluderemo questa parte mostrando un elaborato visivo seleziona-
to tra studenti e studentesse SED2022¹⁴ figurando il meta-verso.

- Tra le prime caratteristiche enumerate da Jenkins, ve ne è una già ac-
cennata in precedenza: l'estensione, dall'originale *spreadability*, iscritta
in contrapposizione con *drillability*, profondità. A livello semiotico, po-
tremmo creare un parallelismo rispettivamente con la dimensione sintag-
matica e paradigmatica: Greimas e Courtes, nel loro Dizionario ne ricor-
dano la provenienza hjelmsleviana e a sua volta la legano con la dicotomia
universale sistema/processo. Mentre il rapporto tra entità situate sull'asse
paradigmatico diventa correlazione basata sulla disgiunzione, sull'asse
sintagmatico vige invece la relazione, combinazione tra elementi co-pre-
senti. Ecco perché la co-estensione è vicina, o corrispondente, al sintagma:
la dimensione sintagmatica evidenzia la sembianza processuale dell'in-
sieme narrativo. La co-estensione, l'accento sintagmatico del meta-verso,
sottolinea la pervasione planare, la costruzione sequenziale, la codificazio-
ne topologica all'interno e a partire dalla quale si diramano *nsintagmi*. La

14 Corso di Semiotica dello Spazio, semestre gennaio-maggio 2022, presso
CAHAD (Campus di Architettura, Arte e Design dell'Habitat), UADY (Università
Autonoma dello Yucatan) a cura dell'autrice

linearità propria del sintagma aiuta a concepire la complessa narrazione del meta-verso come entità atterrabile a una dimensione componentistica precisa, personalizzata, morfologicamente identificabile. Tale attributo deve necessariamente collegarsi con il modello sistemico paradigmatico, nel quale vengono valorizzate le alternative compositive reciprocamente escludibili: “Drillability refers to the ability to dig deeper into something.” (Jenkins, 2010)

- Segue il binomio *continuità vs. molteplicità*: mentre nel primo caso l'autore si riferisce al canone, a ciò che è stato accettato e, in qualche modo, assunto come il vero, nel secondo caso attribuisce all'alternativa il ruolo principale e al parlare di molteplicità l'enfasi va sulle possibilità, sulle differenze, sulla varietà risolutiva rispetto a uno scenario. Rievocando uno strumento didattico riportato da Kurt Squire in *Civilization III*, Jenkins enfatizza il “what if” rispetto alla costruzione di qualsiasi trama: “asking what if questions both force us to think about the impact of historical events as well as the different factors which weighed in to make some possibilities more likely than others. [...] The same thing happens when we explore how the same story has been told in different national contexts. It helps us to see the different values and norms of these cultures as we look at the way the story has been reworked for local audiences.¹⁵” (Jenkins, 2010)

- *Immersione vs. estrazione* è tra i binomi più rappresentativi del meta-verso. L'immersione descritta da Jenkins consiste in “the idea of moving through a virtual environment which replicates key aspects of a historical or geographical environment” ed è esemplificata soprattutto in termini didattici, così come la sua controparte, l'estrattibilità, consolidata ogni qualvolta sono messi in campo (per esempio all'interno di

¹⁵ Sarebbe interessante approfondire la dimensione del gioco nel meta-verso soprattutto dal punto di vista della semiotica dello spazio di Juri Lotman

una classe) elementi di studio o d'interesse estratti dal proprio contesto. Ci sembra particolarmente rilevante pensare il meta-volto in termini immersivi, giacchè risulta un termine particolarmente caro alla realtà virtuale: si tratta di uno stato di alta concentrazione all'interno di uno spazio-tempo alterato. L'assorbimento fisico-patetico richiesto dalle esperienze di realtà virtuale, potrebbe essere simile a quello necessario alla realizzazione di esperienze meta-versali. A tale proposito riportiamo lo sperimento fatto dal youtuber *Disrupt*, il quale ha speso una settimana (24/24) immerso in VRchat¹⁶: il meta-verso a differenza dell'esempio citato, implicherebbe un'immersione nel *continuum* e non solamente un'immersione nella realtà virtuale dalla propria abitazione.

- *World building*. "World Building comes out of thinking of the space of a story as a fictional geography [...] world building also depends on cultural geography - our sense of the peoples, their norms and rituals, their dress and speech, their everyday experiences, which is also often the pleasure of reading a fantasy or science fiction narrative." (Jenkins, 2010)

Come funzionerebbe la creazione di una geografia digitale immaginata e/o manovrata da chi non possiede l'accesso al sistema digitale? Si tratta di una menomazione in partenza. È bene sollevare a questo punto un tema a noi caro: la costruzione di un meta-verso discriminante rischia di erodere ulteriormente la costruzione di una democrazia digitale già carente, accentuando eventuali danni collaterali sia a corto che a lungo termine.

"According to the International Telecommunications Union (ITU), an estimated 4.1 billion people are now online, but 3.6 billion people remain offline, with the majority of the unconnected living in the least developed

16 https://www.youtube.com/watch?v=9BRoirDUx64&ab_channel=Disrupt

countries. In Sub-Saharan Africa, 239 million people were connected to the mobile internet in 2018, an increase of 35 million in the previous year. However, more than 800 million people in the region do not use the internet. Also, internet usage in Africa is the lowest in the globe at 28.2%, while Europe has the highest internet use at 82.5%.¹⁷

La situazione pandemica sembra aver accentuato ulteriormente questa discrepanza e mentre inizia a sollevarsi il problema dell'eugenia algoritmica, continua perseverando il problema di una discriminazione digitale (AA.VV, 2020: 42).

Numerose associazioni civili e attivisti dei diritti umani e di quelli digitali hanno identificato un range di potenziali ed attuali violazioni da parte del continente africano in risposta alla pandemia COVID-19: una di queste violazioni include la limitazione all'esercizio dei propri diritti attraverso la rete.¹⁸

- *Seriality*. L'iperbole della serialità del meta-verso sarà dispersa nel coinvolgimento partecipativo: i due fattori saranno direttamente proporzionali. Maggiore partecipazione implica maggior dispersione dell'informazione, effetto il cui apice deve ancora essere raggiunto. Riscopriamo un volto rispecchiato e continuamente trasmesso, evoluzione diagrammata di un volto che ripercorre e trascorre tra i media, per riconoscere e riconoscersi.

- *Subjectivity*. Potremmo pensare al meta-verso come una nuova metamodelizzazione della società contemporanea: diagrammare tutte le possibilità del nuovo campo semantico del volto, vuol dire non tanto o non solamente tipologizzare il volto secondo una serie di caratteristiche

17 https://www.gsma.com/mobileeconomy/wp-content/uploads/2020/03/GSMA_MobileEconomy2020_SSA_Eng.pdf e <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/facts/FactsFigures2019.pdf>

18 <https://africaninternetrights.org/pt/node/2451>

categoriali identificate come salienti, ma anche inventariare la fruibilità del volto proprio e altrui, nella transmedialità contrassegnante l'epoca meta-versale. Al tempo stesso occorre questionare la presa di posizione del meta-verso, il quale non si impone nell'assolutezza speculativa di un unico divenire, ma deve piuttosto prevedere differenti futurizzazioni oltre che riflessioni retroattive e quindi coattive per l'instaurarsi di un meta-modello sostenibile oltre che democraticamente accessibile.

Nella pianificazione metaversale l'utente è *prosumer*, è costruttore del senso che ritorna. L'ego agente ritrova nel meta-verso lo specchio della propria agentività egoica. In una specie di ritorno alla fase dello specchio studiata da Lacan, il corpo attraverso il proprio volto nel mondo del meta-verso e sussume un'accelerazione trans-soggettiva oltre che inter-soggettiva. I dispositivi attraverso i quali si accederà a tale mondo permetteranno in sincrono l'accesso alla *profilazione* fisica e virtuale, favorendo una continua cristallizzazione immaginifica ma anche una perenne necessità affermativa del riconoscibile (riconoscere/riconoscersi).

Il meta-verso trova la sua origine nell'implicazione ormai permanente dell'utente: coloro che usano le piattaforme, noi che usiamo le piattaforme siamo coloro che producono informazione affinché le stesse vivano e proliferino. Le scatole nere, conglomerati d'informazioni intelligenti (non più unilaterali, ma piuttosto multilaterali), diventano mondi germoglianti dove regnano regole sovrane d'interazione e dove i centri, di ricerca e di creazione, si diramano decentralizzando e svincolando, da un unico polo, l'origine della verità. Nel sincretismo tra adattamento accomodante e concatenazione funzionale produttiva, vi è una vasta gamma tipologica di agentività evolutiva e le reti neurali artificiali risultano, insieme alle singolarità umane, la nuova formula d'intelligenza rizomatica capace di rendere malleabile tale processo.

Ciò che emerge nella e dalla socialità, sin dalle prime fasi dello sviluppo umano, è parte costitutiva e fondante dello stare al mondo. Nel meta-verso ritorniamo bambini, siamo continuamente rimescolati tra le carte dell'aspettativa e dell'agentività, in ciò che Lacan chiama l'*intimamente esteriore*.¹⁹ Credo che non si tratti di un cambio drastico, bisogna concepirlo invece come una transizione intensa pero diluita nel tempo: anche nel meta-verso, come specchio di una nuova società, riscopriremo-rispecchiati e rispecchiandoci- soggettività ed alterità.

- *Performance*. Su questo punto ci allontaniamo parzialmente dall'interpretazione fornita da Jenkins per aprirci invece alla performatività come agentività, come realizzazione aspettuale di una virtualità precostituita, inizialmente individuale (avvicinando alla performatività digitale tramite l'elaborazione di Avatars e posteriormente collettiva, includendo i principi discriminanti che, talvolta, negano a priori la possibilità di *agency*). Durante il programma Digital Once tv²⁰ dedicato al meta-verso, Christian Peñaloza, CEO de Mirai Innovation²¹, rimarca l'esistenza di piattaforme che offrono la possibilità di creare Avatars, ma al tempo stesso avverte l'opportunità di assumere le stesse sembianze della propria apparenza reale, creando una copia digitale identica alla persona, attraverso la scansione 3D con tecnologie avanzate.²² Nella stessa presentazione televisiva l'artista Antonio Isaac Gómez Quiñones si chiede: "Como vamos a hacer nuestra construcción de nuestra ciudadanía digital como comunidad? En la manera en que nos organicemos vamos a tener el gran reto de poder pasar

19 <https://plato.stanford.edu/entries/lacan/#MirStaEgoSub> (2.2)

20 https://www.youtube.com/watch?v=ARmTZP47ydo&ab_channel=CanalOnce

21 <https://www.mirai-innovation-lab.com/>

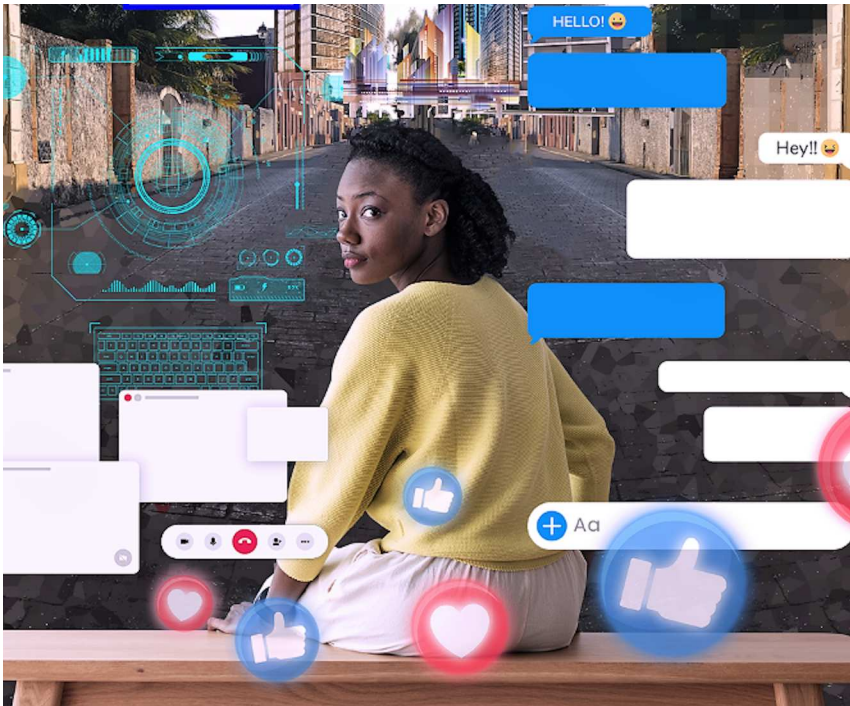
22 Ce ne ha parlato anche Giuliana Gianmarco (2021) durante il Seminario avanzato Digital Pinocchio nella sua conferenza intitolata *The semiotics of metahuman faces*: https://www.youtube.com/watch?v=CJKKdsj_Rfo&ab_channel=FacetsERC

por alto de estas vicisitudes que se queden en la ciencia fiction distópica y aprovechar el meta-verso para realmente tener un mundo floreciente de tecnología, o generar, a partir de estas nuevas plataformas que son poderosísimas, una serie de comportamientos sociópatas culturales que van a ir aumentando cada vez mas.”

In riferimento alla *performance* collettiva e immaginando la possibilità che ai costruttori del meta-verso arrivi questo testo, affrontiamo questo ultimo argomento evocando le raccomandazioni, nello specifico rivolte alle ICT Companies, elencate alla fine del Report CIPESA *Resetting Digital Rights Amidst The Covid-19 Fallout. State of Internet Freedom in Africa 2020*:

- “Take measures to reduce the barriers to internet access, such as cost, by developing cheaper internet access packages, selling low-cost devices, to make internet access affordable to most citizens especially the poor and sustain these affordable offerings beyond the COVID-19 pandemic.
- Put in place stringent measures to protect the privacy of data subjects and integrate ‘privacy by design’ and data collection projects in any applications they develop, including those that may have contact tracing functionalities.
- Ensure their policies, practices and procedures incorporate and respect the UN Principles on Business and Human Rights, and issue periodic transparency reports.
- Provide mechanisms on social media platforms, including tools for users to identify fake news, misinformation and disinformation online.
- Rerain from developing invasive surveillance technology that violates privacy of users.
- Collaborate and partner with other stakeholders to promote digital rights.” (AA.VV., 2020:46)

“Sans même toutes les technologies de l’enfant-bulle, nous vivons déjà dans cette bulle, dans cette sphère de cristal qui enveloppe certains personnages de Jérôme Bosch, enveloppe transparente dans laquelle nous nous réfugions, à la fois démunis et surprotégés, voués à l’immunité artificielle et à la transfusion perpétuelle, et voués à mourir au moindre contact avec le monde. C’est ainsi que nous sommes tous en perte de défenses, des immuno-déficients virtuels.
(Baudrillard, 1990: 68)



Gomez Villanueva Maria Jose. *Personalización del espacio metaversal*. 2022. Collage di fotografia analogica e post fotografia. Mérida, Yucatán, Messico. Parte de SED2022, su gentile concessione dell'autrice

Bibliografia

AA.VV. (2020) *Resetting Digital Rights Amidst The Covid-19 Fallout. State of Internet Freedom in Africa 2020*. CIPESA

AA.VV. (2018[2013]) *Lacan Jacques*. Open Access: Stanford Encyclopedia of Philosophy

Baudrillard Jean (1990) *La Transparence du mal. Essai sur les phénomènes extrêmes*. Paris: Galilée

Beilgueman Giselle (2020) *As verdades dos deepfakes*. Rivista Zum #18, versione digitale pp. 50-59

Bennett Jane (2010) *Vibrant Matter. A political Ecology of Things*. Durham and London: Duke University Press

Lotman Juri (2011[1967]) The place of art in *Sign Systems Studies* 39(2/4)

Giuliana Gianmarco (2021) “The semiotics of Metahuman faces” in Leone M. (ed.) *Digital Pinocchio*, FACETS open Access: https://www.youtube.com/watch?v=CJKKdsj_Rfo&ab_channel=FacetsERC

Malafouris Lambros (2013) *How things shape the mind*. Cambridge, London: the MIT Press

Paolucci Claudio (2021) *Cognitive Semiotics. Integrating Signs, minds, meaning and cognition*. Springer

Skarbez Richard, Smith Missie, Whitton Mary C (2021), *Revisiting Milgram and Kishino's Reality-Virtuality Continuum*, *Frontiers in Virtual Reality*, open access. <https://doi.org/10.3389/frvir.2021.647997>

Stephenson Neal (1992) *Snowcrash*, Digital Edition



Face
Aesthetics in
Contemporary
E-Technological
Societies

ISBN 979-12-210-1063-3



9 791221 010633