

Deepfake o amore vero? *Falso Amor* tra reality e game show¹

Abstract: *Falso Amor* is a Spanish reality/game show in which five couples, divided into two separate villages, weekly watch three videos depicting their partner's behavior. These videos serve to test the truth of their love, threatened by the presence of attractive singles who tempt the participants. The novelty of the format lies in the fact that some of the videos shown may be altered using deepfake technology. The contestants, unable to judge the truth of their love, are instead asked to judge the authenticity of the videos. This contribution aims to highlight how, in response to the strategic void caused by the deepfake variable, the participants are required to implement a gameplay tactic rooted in what we have defined as a common "form of life", in which deepfake videos could be understood as interfaces: means or even actors of ethic communication and connection far beyond their mere representative function and moral value.

1. Il format. Amore, bugie e videotape

Falso Amor (*Deep Fake Love*) è un reality TV show spagnolo, prodotto da Cuarzo Producciones e distribuito da Netflix a partire dal 6 luglio 2023. Protagoniste dello show sono cinque coppie che, separate in due distinti villaggi per un periodo di quattro settimane, dovranno testare la verità del loro amore a distanza. Ogni partecipante sarà periodicamente sottoposto alla visione di filmati sulla condotta del partner nell'altro villaggio, messa a rischio dalla presenza di single avvenenti. Ciascun single sarà quindi chiamato a corteggiare il componente di una coppia, che non dovrà cadere in tentazione. Quando la linea narrativa del tradimento avrà raggiunto una rilevanza maggiore della storia d'amore di partenza, le coppie hanno la possibilità di richiedere al programma un momento di confronto e ricongiungimento, in cui decidere se proseguire la loro avventura, dentro e fuori il reality, insieme o separatamente. La dinamica del gioco non è così originale. In Italia, un format simile è noto al pubblico come *Temptation Island (Italia)* (Fascino PGT, Banijay Italia 2005-); curiosamente il nome della prima edizione dello show era *Vero Amore*, nato come versione italiana di *Blind Vertrouwen*, creato da Endemol per i Paesi Bassi e adattato e distribuito successivamente in diversi paesi. Tradotto in italiano come *Fede Cieca*, il titolo dell'originale olandese combina il tema dell'amore e della verità con il senso della vista. È però *Falso Amor* a dedicare a quest'ultimo una particolare attenzione.

Come suggerito dal sottotitolo, l'escalation di dubbi e tradimenti che muove lo show è legata al fatto che alcuni dei video mostrati sono dei falsi ottenuti grazie all'uso del *deepfake*². Si tratta di una sofisticata tecnologia per la sintesi dell'immagine umana basata sull'intelligenza artificiale, usata per generare materiale visivo attraverso la combinazione e sovrapposizione di immagini e video di partenza. Nella sua ancora breve esistenza, il deepfake è stato già adoperato in diversi ambiti, dove si è affermato con una certa rilevanza. La tecnologia è diventata abbastanza famosa per la creazione di falsi video pornografici ritraenti celebrità, ma sempre più diffusi nella pratica del *revenge porn*³; i deepfake - così sono chiamati i contenuti sintetizzati dalla tecnologia omonima - possono anche essere usati per la costruzione di fake news, bufale e truffe, per compiere atti di cyberbullismo o altri crimini informatici, ma anche per motivi meno sconvenienti quali la satira o l'intrattenimento, come nel nostro caso.

I concorrenti di *Falso Amor* non possono sapere se i video dei loro partner fedifraghi siano filmati autentici o ritoccati dal deepfake - l'accuratezza e la verosimiglianza di questi filmati ne rende

¹ Questo articolo fa parte di FACETS - Face Aesthetics in Contemporary E-Technological Societies, progetto finanziato da ERC (European Research Council) nell'ambito del programma Horizon 2020 (grant agreement n. 819649).

² Per una più completa panoramica semiotica sull'uso dei deepfake si vedano i contributi di Cerutti, Gramigna, Pennisi, Voto, in questo volume.

³ Per un brillante contributo al tema del deepfake in relazione alla pratica del *revenge porn* si veda lo studio condotto da Viola e Voto (2023).



impercettibile la manipolazione - ma sono consapevoli di questa possibilità. Spetta dunque a loro stabilire, sulla fiducia o sfiducia nel proprio partner, se le immagini a cui sono sottoposti siano vere o meno. È questo quello che il programma chiede e premia: alla coppia che a fine serie avrà totalizzato il numero più elevato di risposte corrette, e quindi dimostrato una maggiore *sensibilità* e capacità di giudizio dell'immagine, verrà assegnato un premio di 100.000 euro. A seguito della prima sessione di video, i partecipanti vengono informati dalla conduttrice, Rachel Sánchez Silva, sul possibile utilizzo del deepfake in alcuni dei filmati mostrati. Il sospetto nei confronti del partner è ora esorcizzato e canalizzato in termini di sfiducia nell'immagine, che dà vita a una nuova spirale di paranoia e incertezza. Credere al video o al proprio amore? In questo contributo si analizzerà a fondo la relazione tra deepfake e falso/vero amore che lo show instaura, cercando di capire se davvero chi pensa male sbaglia ma molto spesso ci indovina.

2. Il deepfake. Innovazione tecnologica e narrativa

L'introduzione della variabile deepfake altera lo schema narrativo di *Falso amor* rispetto al canonico *Temptation Island*. Le differenze tra i due show possono essere rese facendo ricorso ad alcuni elementi di narratologia (Greimas 1983). Se in entrambi i casi le coppie partecipanti rivestono il ruolo di soggetti protagonisti, a cambiare da un programma all'altro è l'oggetto di valore perseguito. Apparentemente, i protagonisti sono alla ricerca di una conferma sul loro amore nei confronti e da parte del partner; i video che ne mostrano le rispettive condotte costituiscono una conoscenza necessaria per giungere a un giudizio. Tuttavia, se in *Temptation Island* la competenza è data dalle informazioni contenute nel video, in *Falso Amor* è il riconoscimento del *deepfake*, in quanto *forma* tecno-estetica al di là del suo *contenuto*, a costituire una competenza aggiuntiva per avanzare un altro tipo di giudizio, quello sulla verità dell'immagine. Indovinare se il video è vero o (deep)fake diventa il vero obiettivo del gioco a premi. La scelta tra *realidad e ficción* è a sua volta sanzionata da parte del programma attraverso il premio di 100.000 euro. Si tratta di un programma narrativo che riflette e raddoppia quello più strettamente legato al tema dell'amore, che non sembra più essere il principale oggetto di valore e giudizio.

È evidente che l'innovazione dello schema narrativo di *Falso Amor* sta nel deepfake o, più precisamente, nell'introduzione della sua variabile. Non sapere se i video siano stati effettivamente alterati, ma sapere della possibilità di una loro manipolazione rappresenta la competenza che dà via alla competizione. Difatti, se la conoscenza della natura del rapporto con il partner è una questione che riguarda esclusivamente ciascuna coppia, il riconoscimento della natura dell'immagine in funzione della vittoria è un fattore che mette a confronto tutte le coppie tra loro e che arricchisce il *reality* con elementi tipici del *game-show*. A dirla tutta, è proprio quest'ultimo genere a prevalere, laddove il dramma dell'amore e della gelosia si riduce a una componente discorsiva accessoria allo svolgimento del gioco. La seguente tabella (Fig. 1) riassume lo sviluppo narrativo di *Falso Amor*.

MARTE									VENUS										
Javi	R	R		R	F		R	R		Paula	R	F		R	R		R	R	
	R	F		F	F		R	R			F	F		R	R		R	F	
	F	F		R	R		R	R			R	R		R	F		R	F	
Gabriela	R	F		R	R		F	F		Angel	R	R		R	R		R	R	
	F	R		R	R		R	F			R	R		R	F		R	R	
	R	R		R	F		R	R			R	R		F	F		F	F	
Ruben	R	R		R	R		R	R		Isa	F	R		R	F		R	F	
	F	F		F	F		R	R			R	R		R	R		R	F	
	R	R		F	F		F	F			R	F		R	F		F	F	
Alejandro	R	F		R	R					Ramon	R	R		R	R				
	R	F		R	R				R		F		R	F					
	R	F		F	F				R		F		F	F					
Aida	R	R		R	F		R	F		Manuel	R	R		R	F		R	F	
	R	R		R	R		F	F			F	F		R	F		R	R	
	R	F		R	R		R	F			R	F		R	F		R	R	

Fig. 1: grafico risposte

“Marte” e “Venus” sono i nomi dei due villaggi in cui sono divise le cinque coppie, nello schema individuabili dall’uso di diversi colori (es. Giallo per Javi e Paula); accanto al nome di ciascun concorrente, tre righe di caselle, una per ogni video di ciascuna tornata, sono divise a loro volta in tre colonne indicanti (1) la *realidad* (R) o la *ficción* (F) del video mostrato, (2) la relativa risposta del concorrente e (3) la corrispondenza tra le prime due e quindi l’accuratezza (verde) o meno (rosso) del giudizio del concorrente; questo ripetuto per tre serie di colonne, una per ognuna delle tornate da tre video, sino a ottenere il risultato totale nella decima colonna (es. Gabriela ha dato 5 risposte esatte su 9 video visualizzati complessivamente⁴). Ciò che emerge da un rapido riscontro matematico è che su un totale di 84 video mostrati durante l’intera trasmissione solo 17 sono stati effettivamente falsificati dalla tecnologia del deepfake; i restanti 67 sono riprese autentiche. Ben 15 dei 17 video fake sono stati individuati correttamente; invece, solo in 28 occasioni su 67 i concorrenti sono stati capaci di riconoscere l’autenticità del video. Si può rilevare infatti una tendenza piuttosto marcata a dubitare dell’immagine che si rivela però poco proficua ai fini del gioco: per ben 54 volte i partecipanti hanno dichiarato di trovarsi di fronte a una *ficción*, indovinando solo in 15 occasioni. Diverso è il risultato nei pochi casi in cui il video è stato giudicato *realidad*, con un tasso di correttezza di 28 su 30. Insomma, a quanto pare è meglio fidarsi dell’immagine che del proprio partner.

A differenza della critica più comune sul deepfake, come tecnologia capace di far passare per veri dei video falsi, nella cornice di *Falso Amor*, il sospetto di un suo uso induce i giocatori a credere di trovarsi di fronte a dei falsi, quando in realtà si tratta di immagini autentiche. In maniera per certi versi analoga a quanto detto sopra sulla competenza, si può dire che non è tanto la manipolazione dell’immagine a manipolare a sua volta il giudizio dei protagonisti, quanto piuttosto la sola ipotesi di una sua manipolazione. Non si tratta di una questione di estetica, ma strettamente semiotica e, in particolare, narrativa. Innanzitutto, l’avanzamento e la sofisticatezza del deepfake nel produrre immagini e video del tutto verosimili fa sì che il suo utilizzo non sia sensibilmente visibile. L’impossibilità di affidarsi a ciò che si vede per giudicare la verità del proprio amore fa sì che i concorrenti, inversamente, prendano come presupposto la fedeltà del proprio partner per poi giudicare falso il filmato del tradimento. La paura dell’inganno diventa quasi una speranza: il *bias* sulla fedeltà dell’immagine, che il deepfake solitamente sfrutta per autenticare i propri falsi, è traslato sul partner, verso cui si tende a riporre fiducia incondizionata, a priori, proprio per far fronte all’indicibilità e all’indecenza del video. Come si è visto, si tratta di una strategia non proprio funzionale al gioco.

Come si vedrà, a questo vuoto strategico è necessario rispondere attraverso una tattica, ossia attraverso un’azione che risponda in modo circostanziale alla situazione di gioco. La coppia vincente sarà quella che non vedrà nell’immagine il mero riflesso di un amore assoluto, ma piuttosto un segno da interpretare, per farne veicolo di un amore come valore relazionale e relativo allo specifico contesto del reality/game-show. È in questo *luogo comune* che la distanza tra i due partner, così come quella che separa ciascuna coppia dall’iperuranio dell’amore ideale, viene colmata. Questa funzione comunicativa, nel senso letterale di messa in comunicazione, è affidata al filmato: non sarà tanto il video di una tresca a far vacillare l’amore, quanto l’incapacità di una sua *comprensione* all’interno dello spazio scenico che lo stesso video contribuisce a creare, senza limitarsi alla sua rappresentazione.

3. Dal *deep* alla superficie: fedeltà, promiscuità e feticismo dell’immagine

La manipolazione dell’immagine-video attraverso il deepfake apre a una catena manipolatoria, nella modalità semiotica del *far-fare*, che vede coinvolto direttamente chi guarda. La distanza prospettica imposta dall’immagine per potere essere vista si riduce sensibilmente, sino all’instaurazione di un contatto con il concorrente-osservatore: è un senso di tattilità a prevalere, ed è in questo senso che la manipolazione va intesa. Il cambio di paradigma estetico (e di schema narrativo) operato dal deepfake ci rimanda alla suggestiva prospettiva di Marshall McLuhan (1964) sull’avvento dei media elettrici (e successivamente digitali). Il caso della televisione appare emblematico ai fini del nostro studio. Secondo McLuhan, la tv è un medium *freddo*, a bassa intensità, che spinge lo spettatore a un maggiore lavoro di elaborazione del

⁴ Per quanto riguarda la coppia composta da Alejandro e Ramon, il numero complessivo di video visualizzati è di sei per ciascuno, dal momento che la coppia ha deciso di ritirarsi dal gioco a una tornata di video dalla fine.

contenuto esperito: “l’immagine televisiva ci chiede in ogni istante di ‘chiudere’ gli spazi del mosaico con una convulsa partecipazione dei sensi che è profondamente tattile perché il tatto è un rapporto tra tutti i sensi” (*ivi*, p. 327). La dimensione della scena travalica la propria cornice mediale in una sorta di promiscuità oscena dell’occhio con l’immagine sullo schermo, al punto che “con la tv lo spettatore è lo schermo. Esso viene bombardato da impulsi leggeri” (*ivi*, p. 333). È in questo senso che lo stesso McLuhan rielabora il suo celebre aforisma *the medium is the message*, affermando che i media elettrici “sono talmente penetranti [...] da non lasciare alcuna parte di noi intatta, vergine, immutata. *Il medium è il massaggio*” (McLuhan, Fiore 1967, p. 26, *corsivo nostro*).

L’ipotesi, o più semplicemente la suggestione che si vuole avanzare è che, in maniera analoga al medium televisivo, il deepfake continuamente ricerchi un contatto e un *feedback* da parte dello spettatore: tastandolo e testandolo fa sì che “azione e reazione [siano] *quasi* contemporanee” (McLuhan 1964, p. 16, *corsivo nostro*). Quel “quasi” è indicativo nel caso di *Falso Amor*, dove la tecnologia del deepfake richiede sì una reazione da parte dello spettatore, ma solo in virtù di un’ulteriore mediazione. La richiesta di scegliere se quanto si è visto è *realidad o ficción* non è avanzata immediatamente dal filmato, dal momento che la sua configurazione estetica non lascia spazio a dubbi sulla sua autenticità; come detto in precedenza, ciò che instilla il dubbio e il conseguente bisogno di scioglierlo (o piuttosto di confermarlo) è l’opzione stessa di una manipolazione. Non si tratta di un’attualizzazione di una virtualità dell’immagine: ciò che è innescato difatti non è il potenziale interpretativo del suo contenuto (di una sua qualità come *Primità*), ma una possibilità riguardante la sua forma, il suo statuto ontologico ed epistemologico, ben al di là della specificità della singola immagine e della relazione estetica che questa intrattiene con lo spettatore (*Secondità*).

Senza assumere una postura positivista, proviamo quindi a tracciare una progressione analitica. Una sorta di grado zero dell’immagine prevede una distanza critica dell’osservatore, in qualche modo speculare alla profondità prospettica dell’immagine stessa, per potere essere interpretata. L’immagine televisiva azzera queste distanze lungo la superficie dello schermo. Qui, la risposta dello spettatore non è data a seguito di un confronto mediato con il messaggio-contenuto, ma è immediatamente avanzata dalla specifica forma tecno-estetica, in funzione di questa. Si tratta di una modalità di apertura e partecipazione troncata in partenza, preformata e performata dallo stesso medium e, in particolare, dallo schermo, come unico polo magnetico in una sorta di cortocircuito dello scambio comunicativo e del senso. Assistiamo così a una sovrapposizione tra Osservatore Modello e osservatore empirico, a sua volta appiattito lungo la superficie mediale, non più come strategia di interpretazione del messaggio, ma come tattica di attivazione del medium e del proprio modello operativo. Tant’è che non si dovrebbe nemmeno parlare di osservatore, ma piuttosto di utente della macchina mediale, in un rapporto di reciproca manipolazione. Infatti, se generalmente si pensa che la macchina faccia semplicemente ciò che l’essere umano vuole fargli fare, è anche vero che quest’ultimo esegue solo ciò che la macchina è programmata per fare. In questo senso, l’utente “è operatore della virtualità, e il suo procedimento è solo in apparenza quello di informarsi o di comunicare, in realtà consiste nell’esplorare tutte le virtualità di un programma, come il giocatore punta a esaurire tutte le virtualità del gioco” (Baudrillard 1990, p. 65).

Con l’immagine deepfake, e specialmente nel contesto di *Falso Amor*, questo meccanismo ludico è portato alla deriva. L’immagine manipolata, o anche solo potenzialmente manipolabile, non si apre direttamente allo spettatore per poi richiudersi su se stessa, ma attiva una catena intermediale, o meglio ancora intramediale: una sorta di spirale riflessiva, dove a essere oggetto d’indagine sono le componenti formali del deepfake che ne supportano l’effetto di senso, e non più quest’ultimo. Il momento della scelta tra *realidad e ficción* costituisce un secondo piano di mediazione che dissocia ulteriormente l’osservatore dal referente (la realtà) e dal significato valoriale (la realtà/verità dell’amore) del video: a essere depotenziate sono la presa estetica e l’interpretazione semiotica dello stesso osservatore, parallelamente alla funzione pratica e utopica dell’immagine, in favore di una riflessione ludica sulla sua funzione di mediazione (Floch 1990). L’immagine non è più soglia da attraversare ed esplorare in profondità (grado zero), né superficie di attrazione e assorbimento dello spettatore (immagine televisiva), ma oggetto di un’operazione semiotica e feticista. Vi è infatti un che di feticismo in quest’immagine talmente oggettivata, testata e tastata, ossessionata dalla sua funzione referenziale, dalla necessità di un rimando alla realtà che continuamente *ri-vela* in quanto suo surrogato. Una passione per l’artificialità che non si oppone alla verità, ma è piuttosto il codice che ne regola, media l’opposizione formale con il falso (Baudrillard 1972). Come



in un *referendum*, che cerca e trova un riferimento solo nel momento della sua messa alla prova, il test sull'immagine a cui i concorrenti sono sottoposti traduce e riduce le contraddizioni del reale nel proprio gioco di opzioni e risposte binarie (Baudrillard 1976, p. 75-76).

4. Interfaccia e intermedialità: l'etica dell'immagine

L'analisi del deepfake all'interno del contesto di *Falso Amor* ne ha in qualche modo ridimensionato la valenza estetica e morale, sottolineandone piuttosto, soprattutto in relazione ad altri momenti ed elementi topici del programma, il carattere ludico e la rilevanza semio-narrativa. Eppure, questo piano di analisi, se da un lato risulta pertinente alla comprensione del deepfake nell'economia del gioco, non sembra esaurirne l'importanza all'interno dell'ecologia dello show.

Quello di *Falso Amor* è un mondo narrativo ma anche un ambiente di vita reale - è questa la specificità del reality. Qui, il deepfake, più che fornire ai partecipanti una rappresentazione di ciò che avviene nell'altra metà di questo mondo, contribuisce alla creazione di un ambiente ibrido comune, attraverso la messa in comunicazione delle varie coppie divise tra *Marte* e *Venus*. A queste è infatti richiesta la prova di una connessione reciproca, di una loro complicità *etica*, testata sull'abilità di riconoscere la *presenza* o meno del partner nel video, al di là - o *al di qua* - di ciò che lo stesso video *rappresenta*. A partire dall'enunciato visivo, quello che conta è rilevare le marche della sua enunciazione, ossia rinvenire - nella doppia accezione di riscoprire e reinventare - il simulacro del partner che ne *presentifica* l'assenza. Allora l'immagine, da *superficie* opaca e mistificatrice (dal latino, *supra-faces*), diventa un'*interfaccia* attraverso cui il contenuto nascosto può rivelarsi all'osservatore-utente, emergendo nello spazio di interazione tra questi. In questa operazione, il rapporto di *indicalità* che il filmato intrattiene con la realtà ripresa, venuto meno a causa della possibile manipolazione, è traslato alla realtà della sua visione, come momento e luogo di una sua enunciazione di fatto.

È lungo concatenazione enunciazionale che bisogna trovare, seguire e unire le tracce del vero amore, attraverso un lavoro che, riprendendo Montani (2010), può essere definito di "immaginazione intermediale". Si tratta di una nozione che riarticola e riconfigura la relazione che l'immagine mediale intrattiene con la realtà. Secondo Montani, è necessario dare nuovamente credito alla cooperazione dell'osservatore per attivare possibili connessioni tra questi due domini, dal momento "il reale sfugge ad ogni presa diretta delle immagini, ma è proprio in questo suo sottrarsi che esso incide nell'archivio un resto, una ferita, una cancellatura, per un'elaborazione differita" (*ivi*, p. xii). Nello specifico, il lavoro di immaginazione sollecitato dalla visione dei video, e mirato a una loro autenticazione, non consiste in una sintesi delle loro differenti prospettive sul reale ma, al contrario, in un'operazione di differenziazione. Bisogna infatti sapersi muovere nella *con-fusione* di queste immagini, discriminando tra la funzione di spettacolarità e documentazione, tra il loro potere costruttivo e riproduttivo del reale:

La prestazione referenziale non dovrà vertere sul rapporto immagine-mondo, bensì sul rapporto tra i diversi dispositivi dell'immaginario [...] in questa differenza e in questo confronto ne va anche del riferimento all'irriducibile alterità del mondo reale [...] Lo spazio articolato da questa interlocuzione tra media delimita il campo di esercizio di un'immaginazione intermediale, finalizzata a riabilitare l'immagine alla relazione col suo altro irriducibile, col suo fuori campo (*ivi*, p. xiv)

L'osservatore è così chiamato a ritrovare il reale non nel contenuto delle immagini, ma nelle relazioni differenziali che queste e altre forme di mediazione intrattengono tra di loro. La proposta che si vuole avanzare, facendo un passo in più lungo la via aperta da Montani, è che al lavoro di critica debba seguire un lavoro di connessione, di occupazione degli interstizi intermediali dove si annida la realtà, affinché questo fuori campo, apparentemente irriducibile, possa essere finalmente integrato nella dimensione di esperienza di chi lo osserva *tra* e *tramite* le immagini.

5. Tutti insieme appassionatamente: verso una *forma di vita* comune

A questo proposito, in conclusione, ci sembra utile tradurre e rilanciare quanto teorizzato da Montani in termini di “elaborazione differita” attraverso quello che Fontanille (2008) delinea - in termini più strettamente semiotici - come “percorso generativo dell’espressione”.

Se l’immagine-video, al suo grado zero, si attesta come forma espressiva che già racchiude un contenuto di senso e valore (la condotta più o meno fedifraga del partner nell’altro villaggio), a un livello più superficiale, quello della sua *manifestazione lineare*, la stessa immagine emerge come sostanza dell’espressione suscettibile di prensione estetica e di interpretazione semiotica. Ed è proprio in questa sua emergenza sensibile, in quanto supporto d’iscrizione e dispositivo d’interazione con l’osservatore-interprete, che l’immagine dà vita a una nuova catena significante. Lungo questo nuovo piano d’espressione sono l’esperienza e la pratica del soggetto in relazione all’immagine-oggetto a essere integrate come contenuto, per poi dare a loro volta forma ed espressione a nuove esperienze e pratiche di senso ad un livello successivo del percorso. Come esplicito da Fontanille (*ivi*, p. 16), il passaggio da un piano all’altro avviene per *integrazione*, in risposta alla necessità e ambizione epistemologica di “mettere ogni semiotica-oggetto nella prospettiva dell’esperienza che essa causa o da cui essa ha origine, e nel prolungamento delle pratiche di cui essa è il prodotto o il supporto” (*ivi*, p. 16). In questo modo, la semiotica-oggetto pertinente un livello del percorso generativo costituirà la versione intensa, ossia “l’oggetto formale come supporto d’iscrizione o d’impronta” (*ivi*, p. 17) dell’oggetto di livello successivo che, riflessivamente, ne sarà la versione estesa, ossia “l’oggetto materiale come un attore tra i tanti di una pratica semiotica” (*ibidem*)

Il percorso generativo giunge così sino al livello che Fontanille, mutuando la celebre nozione di Wittgenstein (1953), definisce come “forma di vita”. Questa nozione sta ad indicare un insieme sincretico di soggetti, oggetti, pratiche ed esperienze che si configurano come piano d’immanenza del senso che tutti questi elementi acquisiscono nelle reciproche relazioni e integrazioni lungo questo stesso piano. Nel nostro caso, si tratta del mondo di *Falso Amor* nella sua totalità: un collettivo o rete di associazioni (Latour 2005) che racchiude al proprio interno, integrandole in maniera scalare, diverse istanze formali e materiali di enunciazione, quali i concorrenti, i video deepfake, le esperienze di visione e le pratiche di interpretazione e giudizio di questi stessi video.

Sarebbe in qualche modo riduttivo allora pensare che il “vero amore”, come principale oggetto di senso e valore nel contesto del reality/game-show possa identificarsi esclusivamente nel partner, trovarsi in un altro villaggio, essere racchiuso in un video, e mostrarsi rimanendo sempre al di là della sua immagine. Ancora più improbabile è che, a termine di questo articolato percorso, l’amore ideale possa rimanere incorrotto e rivelarsi immutato in ciascuna delle sue molteplici espressioni. La tecnologia del deepfake all’interno di *Falso Amor* serve proprio a ridefinire lo statuto e il percorso dell’oggetto di valore, a renderlo materiale di scambio, relazionale e sociale, affinché il soggetto-protagonista possa in qualche modo ricongiungersi ad esso. La modifica del video, lungi dall’essere una mera falsificazione, dà il via a una catena di manipolazione, attraverso la quale il vero amore torna nelle *mani* dei concorrenti capaci di coglierne le possibili deviazioni, di reindirizzarne la traiettoria, rilanciandone continuamente la comunicazione e la condivisione. È in questa forma di vita comune che l’amore vero può essere rinvenuto in tutta la sua vitalità.



Bibliografia

- Baudrillard, J., 1972, *Pour une critique de l'économie politique du signe*, Paris, Gallimard; trad. it. *Per una critica della economia politica del segno*, Milano, Gabriele Mazzotta editore, 1974.
- Baudrillard, J., 1976, *L'échange symbolique et la mort*, Paris, Gallimard; trad. it. *Lo scambio simbolico e la morte*, Milano, Feltrinelli, 1990.
- Baudrillard, J., 1990, *La transparence du mal*, Paris, Galilée; trad. it. *La trasparenza del male*, Milano, Sugarco Edizioni, 2018.
- Floch, J., 1990, *Sémiotique, marketing et communication: Sous les signes, les stratégies*, Paris, PUF; trad. it. *Semiotica, marketing e comunicazione*, Milano, Franco Angeli.
- Greimas, A., 1983, *Du sens II. Essais sémiotiques*, Paris, Seuil; trad. it. *Del senso 2. Narrativa, modalità, passioni*, Milano, Bompiani, 1984.
- Fontanille, J., 2008, *Pratiques sémiotiques*, Paris, PUF; trad. it. *Pratiche semiotiche*, Pisa, ETS.
- Latour, B., 2005, *Reassembling the Social: An Introduction to Actor-Network-Theory*, Oxford, Oxford University Press; trad. It. *Riassemblare il sociale. Actor-Network Theory*, Milano, Meltemi, 2022.
- McLuhan, M., 1964, *Understanding Media. The Extension of Man*, New York, McGraw-Hill; trad. it. *Gli strumenti del comunicare*, Firenze, La nuova Italia, 1967.
- McLuhan, M., Fiore, Q., 1967, *The Medium is the Massage. An Inventory of Effects*, London, Penguin; trad. it. *Il medium è il massaggio. Un inventario di effetti*, Milano, Corraini, 2011.
- Montani, P., 2010, *L'immaginazione intermediale. Perlustrare, rifigurare, testimoniare il mondo visibile*, Milano, Meltemi.
- Viola, M., Voto, C., 2023, "Designed to abuse? Deepfakes and the non-consensual diffusion of intimate images", in *Synthese*, 201(1), pp. 1-20.