

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

Francesco Piluso

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 referential function and ideal 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

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.

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 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*.

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).

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	
7/9									5/9										
Gabriela	R	F		R	R		F	F		Angel	R	R		R	R		R	F	
	F	R		R	R		R	F			R	R		R	F		R	R	
	R	R		R	F		R	R			R	R		F	F		F	F	
5/9									7/9										
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	
9/9									3/9										
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					
3/6									3/6										
Aida	R	R		R	F		R	F		Manuel	R	R		R	F		F	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	
5/9									5/9										

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

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.

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. Il gioco nel gioco. Fedeltà, promiscuità e feticismo dell'immagine

La manipolazione dell'immagine-video attraverso il deepfake apre una catena manipolatoria, nella modalità semiotica del *far-fare*, che vede coinvolto chi guarda. Pur ribadendo che non si tratta di una questione strettamente estetica, è ipotizzabile un cambio di modello di fruizione e interpretazione dell'immagine digitale legato al contesto di gioco che, per certi versi, rimanda alle suggestioni di Marshall McLuhan (1964) sul cambio di paradigma della sensibilità introdotto dai media elettrici. In particolare, 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 contenuto esperito, dal momento che "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); La distanza prospettica imposta dall'immagine per potere essere vista si riduce sensibilmente, sino all'instaurazione di un contatto con l'osservatore, tant'è che 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*). Su questo punto è possibile notare un'analogia con l'immagine digitale, dove è un senso di tattilità a prevalere, ed è questo un primo senso in cui intendere la manipolazione (cfr. Manovich 2001).

Sebbene per via della sua alta definizione l'immagine digitale sia tutt'altro che un'immagine fredda, non per questo, specialmente nel nostro caso di studio, è da escludere una sua capacità manipolatoria. L'ipotesi, o più semplicemente la suggestione che si vuole avanzare è che, il deepfake continuamente ricerchi un contatto con 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-concorrente, 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 fenomenologia 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 a partire da una sua qualità sensibile (*Primità*), o del potenziale generato dalla relazione estetica con lo spettatore (*Secondità*), piuttosto del riconoscimento di una possibilità riguardante lo statuto ontologico ed epistemologico della stessa immagine (*Terzità*).

Approfondiamo questo punto sempre grazie al confronto con la prospettiva di McLuhan. Nel caso della TV, la risposta dello spettatore non è data a seguito di un confronto mediato con il messaggio-contenuto, ma è direttamente stimolata 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. Lo Spettatore Modello non è quindi strategia di interpretazione del messaggio, ma piuttosto tattica concreta di attivazione del medium, tant'è che non si dovrebbe nemmeno parlare di spettatore, quanto 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 aspetto giocoso è portato all'eccesso. L'immagine manipolata, o anche solo potenzialmente manipolabile, non si apre allo spettatore per poi richiudersi su se stessa, ma attiva una catena intertestuale, o meglio ancora una spirale intratestuale, riflessiva, dove a essere oggetto d'indagine e interpretazione 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 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 il giudizio dello stesso osservatore, parallelamente alla funzione pratica e utopica dell'immagine, in favore di una riflessione *lúdica* sulla sua funzione di mediazione (cfr. Floch 1990). L'immagine non è più soglia da attraversare ed esplorare in profondità, né superficie di attrazione e assorbimento dello spettatore (immagine televisiva), ma oggetto di un'operazione semiotica e feticistica. 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 simulacro.

Un punto di vista simile, in ottica più marcatamente semiotica, ci è dato da Antonio Santangelo (2008), a sua volta in riferimento al lavoro di François Jost (2003). Nel suo studio sulla *real fiction*, genere ibrido a cavallo tra reality TV e fiction, Santangelo (2008, p. 124) suggerisce di "cercare in alcuni tratti formali di questi prodotti, e non nella loro supposta relazione referenziale con il reale, il motivo per cui essi sono in grado di dare la sensazione di un contatto diretto con ciò che mostrano". Si tratta allora di un effetto di senso e, più in particolare, di un effetto di realtà, che il prodotto audiovisivo costruisce a partire da un gioco intertestuale e dalle "regole di concatenazione del genere in cui è inserito" (ivi, p. 129). Se le considerazioni di Santangelo si sviluppano a partire dall'analisi di un particolare genere di show – la *real fiction*, a cui *Falso Amor* per alcuni aspetti potrebbe essere ascritto –, qui partiamo invece da un livello intratestuale, ossia dall'analisi dei filmati mostrati all'interno di *Falso Amor*, che hanno come spettatore modello e concreto i concorrenti del reality. Le regole del genere "filmato" prevederebbero di norma la fedele ripresa della realtà e, di conseguenza, la fedeltà dell'immagine e la realtà di quanto mostrato, in virtù di quello che Jost (2003) definisce "finta profilmica", ossia il "far passare una disposizione più o meno intenzionale della realtà, cioè del profilmico, per un modo di essere del mondo" (ivi, p. 58); il tutto, paradossalmente rafforzato da un'evidente manipolazione *postfilmica* del filmato, tipica della *real fiction* in genere: inquadratura bilanciata, personaggi a fuoco, uso di rallenty e replay, accompagnati da effetti grafici e sonori che mitizzano, o quantomeno rendono topico e saliente da un punto di vista patemico e narrativo quanto ripreso, senza romperne l'effetto di realtà.

Tuttavia, come detto in precedenza, a questa costruzione scenica del reale, che si avvale di collegamenti inter- e intratestuali, si associa la consapevolezza del gioco e l'aggiunta di una nuova regola, che mette in discussione i fondamenti di genere e l'effetto reality del filmato. L'introduzione della variabile "deepfake" rientra in quello che ancora una volta Santangelo (2008), e Jost prima di lui, definiscono proprio come aspetto "ludico", attraverso cui il video "mette in discorso le regole linguistiche (*game*) su cui si basa la costruzione mediatica della realtà [...] per far provare allo spettatore l'esperienza diretta (*play*) di ciò che egli vive quotidianamente, quando lascia che i testi audiovisivi che circolano nel sistema dei media – fattuali o finzionali – contribuiscono a creare la sua visione del mondo" (Santangelo 2008, p. 134). È bene ribadire che, nel caso di *Falso Amor*, in particolare dei filmati mostrati ai concorrenti del gioco, più che di un "play", di un'esperienza viva, si tratta di una sorta di *re-play*, che ritaglia il momento della visione, sospende il giudizio valoriale sull'immagine, spezzando i concatenamenti intertestuali e i legami tra elementi formali che davano vita a quel senso di realtà - ora appiattito a mero significato.

Come sottolinea Santangelo (*ibidem*), questo "è sempre un'espedito per strizzare l'occhio al pubblico e generare culto", suscitando il piacere di uno spettatore critico inizialmente disorientato (cfr. Eco 1985). Ma si tratta di un culto e di un piacere feticista, passione per l'artificialità che non si oppone alla verità o alla realtà dell'immagine, ma è piuttosto il codice che ne regola e media l'opposizione formale con il

falso e il finzionale (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 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 del reality. Quello di *Falso Amor* è un mondo narrativo, ma anche un'ambiente di vita reale, o perlomeno esperienziale, è questa la specificità del *reality*.

Prendendo nuovamente spunto dal lavoro di Santangelo (2008, pp. 126-129), il mito dell'amore *vero* è un valore *ideale* (o *ideologico*) che proprio in virtù del suo carattere iperuranico non si adegua alla logica (altrettanto *ideologica*) del *reality*. La miticità però non scompare del tutto, e spesso risulta qualità specifica del contesto di svolgimento o ambientazione del reality, divenendo sempre più frequentemente marca stilistica di questo genere. Soprattutto nel nostro caso, gli ambienti extraterrestri di *Marte* e *Venus* servono a marcare per contrasto la mondanità dei partecipanti e la genuinità delle loro relazioni, ben più radicate alla *realtà* rispetto a un amore platonico. In risposta a questa "assenza di una struttura valoriale forte" (*ivi*, p.126), di una morale profonda o di una provvidenza celeste, viene data gravità alla materialità e alla contingenza dei legami affettivi nell'ecosistema del reality. Ciascuno dei due villaggi, per quanto appaia mitico agli stessi concorrenti che lo guardano attraverso i filmati e non possono credere ai loro occhi, è, per analogia e per contiguità l'altra metà dello stesso mondo che abitano in quel momento. I partecipanti si trovano così di fronte a "un mondo in cui le case, le auto, le spiagge non servono, come in un set cinematografico, per fare da sfondo o rivelare l'identità di un personaggio, ma sono a loro volta ripresi, osservati, esplorati, quasi a voler introdurre fisicamente lo spettatore negli ambienti esclusivi" (*ivi*, pp. 127-128), o, nel caso specifico, a marcare il fatto che vi sono già.

In questo cast, un ruolo da protagonista è sicuramente riservato al deepfake: tutt'altro che oggetto di scena, ma *attore* (in senso latouriano) e *medium* (in senso benjaminiano) chiave di *Falso Amor*. Il deepfake, più che fornire ai partecipanti una visione di ciò che avviene *al di là* dello schermo, contribuisce alla creazione di un ambiente ibrido comune - medium a sua volta - 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 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. 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 (ri)enunciazione di fatto.

Per quanto il deepfake possa mimare o riprodurre la realtà grazie a un'elevata efficacia estetica, attraverso l'uso di segni e strumenti *veridittivi* quali la sincronizzazione tra labbra e parole, così come la coerenza tra espressività del volto e ciò che viene detto o fatto, o ancora il rispetto di alcune idiosincrasie stilistiche, la verosimiglianza di ciò che è mostrato dipende da alcuni fattori che non possono essere *contenuti* dal video, specialmente se malintenzionato. Come ci spiega Santangelo (2022), si tratta di tutta una serie di conoscenze pregresse riguardanti il proprio partner, la sua indole e attitudine, che sollevano aspettative spesso non rispettate dal deepfake, ma sempre superate. Tutto questo universo enciclopedico, solo parzialmente traslabile nel contesto mitico del reality, eccede i confini della rappresentazione: il video,

indipendentemente dalla sua autenticità o falsificazione, non può che limitarsi a rimodulare e riverberare una *realtà* che si ripresenta – *qui e ora* – agli occhi dello spettatore per essere o meno riconosciuta⁵. È lungo questa concatenazione tra media e altre istanze dell'enunciazione che bisogna trovare 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 filmati, 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. 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, e nel potenziale immaginifico di queste stesse relazioni:

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)

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 *semiotico* di connessione, di occupazione degli interstizi intermediali dove si annida la realtà, affinché questo fuori campo, apparentemente irriducibile, possa essere finalmente integrato nella dimensione esperienziale, o più generalmente di senso, 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 rinnovata 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 significativa. Lungo questo piano dell'espressione sono l'esperienza e la pratica del soggetto-osservatore 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 esplicitato 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*), così come il nostro attore-medium deepfake.

⁵ Qui, il riconoscimento è inteso come modo di produzione segnica (Eco 1984).

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. 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 deepfake, le esperienze di visione e le pratiche di interpretazione e giudizio di questi stessi video. Ad essere in parte integrato, o perlomeno tradotto, è anche quell’universo di conoscenze e competenze enciclopediche di partenza, inizialmente eccedente il mondo di *Falso Amor*, che non si limita a fare da sfondo al contesto mitico del reality, o da contraltare alla falsità del deepfake, ma diviene *mediatore (ivi)* tra gli altri lungo uno stesso piano di immanenza. In un’ottica semiotica, è quindi necessario non considerare questo contesto originario come una semplice fonte esterna dalla quale attingere dati e informazioni per un’interpretazione del testo-video, ma piuttosto operare una co-testualizzazione del contesto, o giocando con le parole una sua *co-contestualizzazione*, al fine di una *comprensione* generale e reciproca di *quello* che già si sapeva e di *questo* che si rende visibile, esperibile e interpretabile nel tempo presente – prescindendo da qualunque ideale di partenza e predestinazione futura.

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 (così come il partner nell’amore), 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 vero possa rimanere incorrotto e rivelarsi immutato in ciascuna delle sue molteplici espressioni e mediazioni - senza contare che *ideale* non era nemmeno nel contesto *reale* di partenza. 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 effettivamente 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 e ricchezza: d’altronde si sa, *chi trova un amore trova un tesoro*.



Bibliografia

Nel testo, l'anno che accompagna i rinvii bibliografici è quello dell'edizione in lingua originale, mentre i rimandi ai numeri di pagina si riferiscono alla traduzione italiana, qualora sia presente nella 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.
- Eco, U., 1984, *Semiotica e filosofia del linguaggio*, Milano, Bompiani.
- Eco, U., 1985, *Sugli specchi e altri saggi*, Milano, Bompiani.
- Floch, J., 1990, *Sémiotique, marketing et communication: Sous les signes, les stratégies*, Paris, PUF; trad. it. *Semiotica, marketing e comunicazione. Sotto i segni le strategie*, Milano, FrancoAngeli 1992.
- 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 2010.
- Jost, F., 2003, *Realtà/Finzione. L'impero del falso*, Milano, Il Castoro.
- 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.
- Manovich, L., 2001, *The Language of New Media*, Boston, MIT Press; trad. it. *Il linguaggio dei nuovi media*, Milano, Edizioni Olivares 2002.
- 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. Perustrare, rifigurare, testimoniare il mondo visibile*, Milano, Meltemi.
- Santangelo, A., 2008, "La real fiction. Oltre l'opposizione fattuale/finzionale", in M.P. Pozzato, G. Grignaffini, a cura, *Mondi seriali. Percorsi semiotici nella fiction*, Milano, RTI, pp. 123-137.
- Santangelo, A., 2022, "Il futuro del volto nell'era dei deep fake", in M. Leone, a cura, *Il metavolto*, Torino, FACETS Digital Press, pp. 18-41.
- Viola, M., Voto, C., 2023, "Designed to abuse? Deepfakes and the non-consensual diffusion of intimate images", in *Synthese*, 201(1), pp. 1-20.
- Wittgenstein, L., 1953, *Philosophische Untersuchungen*, Oxford, Blackwell; trad. it. *Ricerche filosofiche*, Torino, Einaudi 1967.