



www.ec-aiss.it

Testata registrata presso il
Tribunale di Palermo
n. 2 del 17 gennaio 2005
ISSN 1970-7452 (on-line)

© EIC · tutti i diritti riservati
gli articoli possono essere riprodotti a
condizione che venga evidenziato che
sono tratti da www.ec-aiss.it

I media *occulti* della realtà aumentata

Giuseppe Damone e Raffaella Scelzi

Abstract

When people communicate, they exchange messages and information through a coded language and as a consequence they create a common thought shared by any person involved in it. So to share a language means to share a culture. In this perspective the control of the flux of information and of the practices of discourse connected to the use of new technologies such as mobile instruments, can exceed the simple task of censorship used in the past: the ICT experts now decide which themes and structures of the messages can be communicated and often they do it, they also create logical paths of deduction and at least they form functional ideas molded according to the political, economic and religious powers.

Social networks and Augmented Reality cannot be separated because they are technologies through which this particular power is efficaciously and mysteriously hidden in a superficial evidence. Only in some few cases such as literature or art as in LIS, considered *minority language* as Deleuze believed, above all in the genre of LIS-poetry, this mysterious and occult power is unmasked and the relationship with reality in communication is true and direct.

1. Nell'immateriale

Prima dell'era digitale, nel capitalismo industriale, la fonte principale del lavoro era la produzione materiale di oggetti; nella *New Media Age* o Era post-digitale, nel momento storico definito da Raffaele Simone l'"era delle testualità elettroniche", con il capitalismo cognitivo¹ ci si concentra sulla produzione immateriale, nonostante i valori immateriali siano difficilmente calcolabili e sfuggano alla logica capitalistica degli investimenti. Ne consegue che il tema della "smaterializzazione" della produzione è ormai il risultato attuale del capitalismo contemporaneo.

L'uomo tecnologico o *Interneticus*, l'uomo-macchina postumano, il nuovo *Inforge*², *informational organism*, è un organismo informativo sempre interconnesso con altri agenti biologici e artificiali che agiscono

¹ Il capitalismo cognitivo è un'ipotesi di ricerca formulata originariamente sul finire degli anni 90.

² Luciano Floridi dichiara nel suo lavoro *La rivoluzione dell'informazione* (Floridi 2012), che la ragione dei cambiamenti rivoluzionari, l'uso di Internet e di altri strumenti tecnologici, sono il risultato della nostra esperienza umana con le nuove tecnologie dei media che ci permettono di essere collegati in modo continuo.

nell'*infosfera*, immerso nella vita tecnologica dove spazio e tempo sono riqualificati oltre che completamente ridefiniti. Egli deve prendere atto di questa nuova condizione socio-culturale per dominarla e gestirla. Questo luogo ha cambiato il modo di comunicare in ambito sociale incidendo sulle modalità di comunicazione all'interno della sfera pubblica e privata e sul ruolo politico che l'uomo *infor* assume dando vita a nuove distinzioni, confini e spazi.

Jeremy Rifkin, parlando di uso dei dati personali e di appartenenza "all'era dell'accesso", sostiene nel libro *L'Era Dell'Accesso. La rivoluzione della new economy* (2001), la necessità di ridefinire il ruolo delle nostre dinamiche sociali "the notion of access and networks however is becoming ever important and is beginning to redefine our social dynamics as powerfully as did the idea of property"³ (Rifkin 2001, p. 15). Persino l'idea di *privacy*, un tempo regolata dal criterio di esclusione dell'altro, oggi è sempre più "strutturata come diritto d'ogni persona al mantenimento del controllo sui propri dati" (Rodotà 2012: 396). Stefano Rodotà nel libro *Il diritto di avere diritti* ribadisce che "la nuova condizione dell'uomo esige una diversa misura giuridica, che dilata l'ambito dei diritti fondamentali della persona" (Rodotà 2012: 314) un "costituzionalismo globale" che nasce dalla

necessità di una tutela dinamica dei dati personali, nel senso che la garanzia non può essere soltanto quella tradizionale e statica relativa alla riservatezza, ma deve divenire componente essenziale della cittadinanza digitale e della libera costruzione dell'identità, passando così dal riconoscimento dell'autodeterminazione informativa a una effettiva redistribuzione del potere in rete (Rodotà 2012, p. 426).

L'uso di nuove forme di comunicazione attraverso i nuovi strumenti *wearable* produce nuove forme testuali che la semiotica definisce "Universi di discorso", i testi si muovono da un genere discorsuale⁴ all'altro e "da un sistema semiotico all'altro" (Ferraro 2014, p. 48). Tali pratiche discorsive rivoluzionano le modalità di azione e comunicazione, di scrittura e di lettura, non lineari ma dominate da "flussi semiotici", in cui alcune categorie e precisamente quelle di spazio, tempo, soggettività e ideologia⁵, sono indagate alla luce di un nuovo modello esperienziale definito con il termine "realtà aumentata". Evoluzione diretta della realtà virtuale in cui si alternano informazioni elettroniche e percezioni naturali, la realtà aumentata, vede la persona immersa nella realtà fisica usufruire allo stesso tempo di informazioni elettroniche aggiuntive o manipolate della realtà stessa in cui la distanza fra testo e mondo è abolita, e il meccanismo della rappresentazione scompare dando origine ad una nuova realtà caratterizzata da una comunicazione ri-mediata, a nuovi spazi dominati da nuove pratiche legate a IOT (Internet of Things) e all'uso di nuovi strumenti *wearable*. Infinite sono le considerazioni

³ "La nozione di accesso e rete sta diventando comunque sempre più importante e comincia a ridefinire le nostre dinamiche sociali in modo così preponderante come successe con l'idea di proprietà" [trad. it mia].

⁴ I nuovi testi mediali appartengono ad un genere definito "*discorsuale*" secondo la "linguistica del discorso" o Translinguistica di Roland Barthes che individua nell'oggetto di studio, il testo, la sua finalità comunicativa e il discorso che con la sua finalità lo porta oltre il contesto.

⁵ Con il termine *ideologia* ci riferiamo alla definizione data in *Ideologia tedesca* di Karl Marx; mentre con l'espressione *pratica ideologica*, che useremo in seguito nell'articolo, ci riferiamo al concetto espresso in *Per Marx* di Louis Althusser. Inoltre per un'ulteriore chiarezza rimandiamo all'articolo di Susan Petrilli "Estetica ed etica nella concezione filosofica di Bachtin" e precisamente al chiarimento concettuale: "Sul piano dell'ideologia, pur riprendendo Marx ed Engels, Bachtin conferisce un significato diverso a questo termine rispetto al suo impiego nell'*Ideologia tedesca*. Secondo Bachtin, l'ideologia non significa falsa coscienza o pensiero distorto *tout-court*. Con questo termine si indica, piuttosto, una tendenza sociale, un progetto sociale collegato con un dato gruppo, con una specifica classe, con tendenze che vanno indifferentemente nella direzione della innovazione, della rivoluzione e della scienza, come pure dell'occultamento, della mistificazione e del conservatorismo. Per dare semplicemente un'idea al lettore di ciò che Bachtin intende per ideologia, senza per questo voler ridurre l'ampiezza della sua analisi, ricordiamo l'unica definizione esplicita nei suoi scritti formulata in una nota al saggio del 1929 (pubblicato sotto il nome di Volosinov), "Che cos'è il linguaggio?": "Per ideologia intendiamo tutto l'insieme dei *riflessi* e delle *interpretazioni* della realtà sociale e naturale *che avvengono nel cervello dell'uomo* e sono espresse e fissate per mezzo di parole, disegni, schizzi o altre forme *segniche*". (Petrilli <http://textosgege.blogspot.it/2010/10/estetica-ed-etica-nella-concezione.html>)

che aprono all'indagine sugli usi concreti di tali nuove tecnologie in ambiti culturali e scientifici; il riferimento è in particolare alle "tecnologie indossabili", come la seconda generazione di occhiali interattivi che supportano la realtà aumentata e aiutano i fruitori, tra i quali vi sono i sordi segnanti, ad interagire con la realtà fisica circostante o come altre "protesi indossabili" che permettono di superare la "sindrome dell'arto fantasma" o di interagire con gli oggetti che ci circondano. L'apparente immediatezza con cui vengono acquisite le informazioni barthesianamente e tautologicamente credute come vere perché visualizzate come immersive nella realtà circostante induce a riflettere sulla ridefinizione di concetti quali ideologia e soggettivazione, smascherando quelle modalità *occulte* di controllo e dominio. Dalle interfacce grafiche si passa attraverso le interfacce apparentemente naturali (Ferraro 2014, p. 59) sino a quelle future olografiche e dunque iperreali, intese come più che reali perché assimilano a percezioni reali informazioni aggiuntive e simulate. In queste ultime, spesso il potere occulto di dominio e controllo, regolato da forme istituzionali di appartenenza, controllo e possesso, quali i brevetti legati all'industria di fabbricazione dei *devices* o i codici-leggi che regolano le comunicazioni e lo scambio di informazioni, domina integralmente la prassi. Contrariamente viene smascherato quando prevale un'interazione con la realtà più autentica e libera che non si piega mai alla logica del codice adottato dal potere e dalla classe dominante. Succede in letteratura, in arte, come nella lingua LIS⁶, considerata *minority language* secondo l'idea di Deleuze, o meglio nel genere della poesia-LIS⁷, in cui l'importanza della libertà creativa di cui la LIS è intrisa, abbatte il condizionamento del controllo. In questo senso nasce l'esigenza del passaggio da una semiotica dei codici di dominio ad una semioetica delle libere espressioni.

Quando cerchiamo di adattare i vecchi parametri comunicativi ai nuovi modelli testuali, non facciamo che bloccare lo sviluppo comunicativo che invece dovremmo gestire cercando di capire come ottenere un ambiente digitale regolato e condiviso, ponendo l'accento sulla questione ecologica. Tale compito potrebbe essere assolto da uno studio semiotico e "semioetico" che analizzi le nuove e complesse domande che il consumatore chiede alla società digitale e mediatizzata, ma che suggerisca un modo per superare le pratiche stereotipate e "costruire un nuovo rapporto di senso tra l'uomo e i nuovi linguaggi" (Petrilli, Ponzio 2003). In altre parole, la semiotica⁸ deve diventare semioetica. Il compito arduo della semioetica è di farsi carico della natura etico-politica del comunicare, avendo come punto di riferimento filosofico i "problemi dell'uomo" e adottare, di conseguenza, una concezione del linguaggio come ideazione pubblica di contenuti discorsivi individuali. Essa contempera il principio di creatività con il principio di comunicabilità attraverso l'applicazione in ambito culturale e sociale di due concetti bachtiniani il *dialogismo* e l'*apertura all'altro* che sembrano essere le uniche opportunità per ritrovare un equilibrio tra cultura, nuovi linguaggi, comprensione del mondo e azione in questa nuova dimensione *post-digital*. L'idea di dialogismo⁹ richiama quell'aspetto che Bachtin intravedeva nella comunicazione che inizia a diventare pervasiva e ubiqua, il risultato di un lavoro intertestuale, l'atto di parola o discorso, sia esterno e rivolto ad altri sia discorso interno, privato.

Facendo attenzione alle forme di discorso e alle nuove pratiche comunicative legate a IOT (Internet of Things) e all'uso di nuovi strumenti *wearable*, e alle forme di AR descritte precedentemente, sono percepibili forme di controllo all'interno di questi nuovi scenari di consumo che rimettono in discussione un altro aspetto importante, il difficile concetto di *privacy*, proprietà

⁶ LIS è acronimo di Lingua dei Segni Italiana, parlata o per meglio dire segnata dalla comunità sorda segnante e da loro utilizzata come forma di comunicazione e lingua naturale.

⁷ In *Athanos* "Scienze dei linguaggi e linguaggi delle scienze. Intertestualità, interferenze, mutazioni" si legge "il testo artistico-letterario che si presenta come poesia-LIS, inteso come genere artistico specifico della comunità sorda, diffuso sui social networks tramite video virali sul sito VLOG-sordi, è un esempio di un modello narrativo tradizionale e lineare trasformato in performance che combina linguaggi, agire e nuovi media" (Scelzi 2015, p. 155).

⁸ La semiotica permette di indagare una realtà che utilizza strumenti *mobile* nuovi, ormai di ordinario consumo, ricontestualizzati nel loro uso, dove si intessono legami tra forme di comunicazione e pratiche operative legate ai bisogni primari della vita, alla quotidiana esperienza ed al rispetto di regole e leggi ben precise.

⁹ Si rimanda all'articolo e alla bibliografia citata per chiarimenti sui concetti riguardo la prospettiva dialogica di Bachtin il translinguismo, la transtestualità, il transculturalismo, la consistenza dialogica dl discorso, il valore linguistico.

intellettuale/immateriale (diritto d'autore) e proprietà industriale e materiale (brevetto). Occorre che tali concetti siano opportunamente indagati e ridefiniti, diversamente potrebbero riconfermare una teoria che rimanda al concetto marxiano di sottomissione intellettuale e sociale alla classe dominante (Marx 1977) che potremmo chiamare “*sottoproletarizzazione¹⁰ ideologica massificata*”, riproponente un asservimento passivo alle dinamiche digitali.

2. Visioni oltre il reale

Tutti i linguaggi sono il veicolo di trasmissione di pensieri, ricordi, impressioni: essi, nei processi di comunicazione, oltre che avere un ruolo strumentale, hanno la capacità di creare le strutture di pensiero, le strutture di inferenza, che condizionano le nostre scelte, i nostri modi di pensare, i nostri modi di apprendere. La lingua, anche quella gergale, non viene scelta dal parlante, ma gli viene imposta dalla comunità linguistica, in cui il *soggetto* cresce e si forma.

Nell'epoca in cui viviamo, la comunicazione, nella fattispecie la telecomunicazione, è stata potentemente fornita di tecnologie alla portata di tutti. Paradigmatico è l'esempio della televisione, che se da una parte ha creato un'uniformità linguistica nel nostro e in altri Paesi, spesso omologando e banalizzando la sintassi e la semantica, dall'altra ha creato dei registri, non solo linguistici ma anche tematici, dettando, o, se volete, imponendo, gli argomenti di discussione.

In un sistema integrato multimediale (radio, giornali, *social network*, televisione, ecc.), la comunicazione arriva a descrivere e definire (o rimettere del tutto in questione) le regole e le aree in cui è legittimo parlare e comunicare. La potenza della tecnologia è riuscita in un aspetto della comunicazione a isolare l'individuo e a discernere e indirizzare il flusso di informazioni, andando al di là di quello che un tempo era la censura: nel contesto tecnologico della *realtà aumentata*, è ora possibile isolare attraverso dispositivi relativamente accessibili porzioni di mondo e aggiungere informazioni di vario genere, dal commerciale al videoludico, dallo storico-artistico al militare. Isolando porzioni di mondo, dal punto di vista *soggettivo* si isolano anche le percezioni della realtà, quindi l'individuo che percepisce, con la possibilità di condizionare efficacemente la creazione e lo sviluppo di conoscenze, ed in ultima istanza, le forme della coscienza (o se volete, la *mitologia*). Inutile sottolineare che il possesso di queste tecnologie, sia dal un punto di vista dei brevetti, sia dal punto di vista delle conoscenze, crea un forte *gap* tra fornitore e utente, fino al condizionamento della pratica ideologica di questi ultimi: infatti, come è particolarmente deducibile nella realtà aumentata, la percezione della realtà non viene solo aumentata, ma modificata, stravolta, condizionata e limitata ai sensi visivi e sonori. Perché ogni segno aggiunto a ciò che è la realtà, nell'anestesia dei sensi che non siano la vista e l'udito, condiziona pesantemente e irreversibilmente la conoscenza della realtà e la coscienza di sé e del mondo (McLuhan 1976).

Il nostro contributo parte dall'impressione, condivisa da parte di alcuni filosofi come Marx, Baudrillard, Deleuze, che i campi dell'economico, del semiotico, insomma i campi in cui è centrale il concetto di *valore*, stiano perdendo i loro confini e siano sempre più coinvolti reciprocamente in una ridefinizione dei loro strumenti. Secondo Baudrillard, partendo dalle classiche distinzioni di Saussure di valore funzionale e valore strutturale del segno linguistico e di Marx di valore d'uso e valore di scambio, per cui i primi (quelli funzionale e d'uso) rappresentavano il principio di realtà e le finalità dei secondi (quelli strutturale e di scambio) oggi assistiamo alla liquidazione delle caratteristiche funzionali dei valori: i flussi monetari, i flussi semiotici diventano, in un sistema di interscambiabilità, permutabilità, avulsi dal principio di realtà, fluttuazioni, in cui non ha senso concepire l'economico (o il politico) e il semiotico come branche separate, anzi non ha senso definirli (Baudrillard 1990, pp. 17-

¹⁰ Con sottoproletarizzazione, ci riferiamo indubbiamente alla categoria sociologica di “sottoproletariato” in opposizione al proletariato: essa è entrata a far parte della discussione politica e filosofica con gli scritti di Bataille in Francia e Pasolini in Italia, e si riferisce a quella parte della società senza ambizioni ed esclusa dai processi produttivi ed economici. Il sottoproletariato è diventato oggetto di discussione perché costituisce la base della “fascistizzazione” della società.

20). Tutto è riproduzione, in cui ogni segno rimanda ad un altro segno in un delirio paranoico, che è la celebrazione spettacolare del sistema valoriale che ne rappresenta il significante ultimo (Deleuze 2010, pp. 3-7).

È opportuno distinguere due piani in cui si sviluppano le fluttuazioni valoriali, uno del sistema (o dei sistemi) e l'altro degli individui, che non sono interamente complementari, ma sono dialetticamente posti su piani logici (o *storici*) differenti. Infatti, il primo agisce in un regime segnico fluttuante sempre staccato dal principio di realtà, è esso stesso la realtà che si autocrea, si ridefinisce, fagocita e ridefinisce il suo *fuori*; il secondo è il sostrato, non necessario, su cui le fluttuazioni agiscono, in un regime segnico differente. Il Capitalismo che agisce sui consumatori, l'Ideologia dominante che agisce sulle coscienze, la Globalizzazione che agisce sui popoli, "la Follia del Tutto che giustifica le follie particolari" (Marcuse 1964, p. 71). In questo giogo, il particolare deve necessariamente occupare un piano logico-storico in un gradino inferiore a quello del sistema, qui gli individui si affidano alle obsolete leggi mercantili dell'economia, alle obsolete ideologie politiche, alle banali distinzioni di culture o religioni.

Sotto questi grandi Significanti vi sono reti infinite di segni che rinviano gli uni agli altri: e naturalmente sono necessarie tutta una serie di categorie di soggetti specializzati a diffondere, interpretare, a dire letteralmente cosa questi segni significhino, a fissarne i significati. Parleremmo di burocrati, preti, *intellettuali*, ecc., ma la potenza tecnologica attuale permette di superare (magari non escludendolo) questo passaggio attraverso le tecnologie informatiche, di cui la *realtà aumentata* ne è l'esempio storicamente più paradigmatico. Perché essa apparentemente non ha bisogno di interpreti al di fuori del destinatario. In realtà, il flusso (di informazioni?) è manipolato da diversi attori.

Per spiegare meglio lo sviluppo della significanza nella realtà aumentata, noi proponiamo di vederla come fascio di linee di sapere/potere. La realtà aumentata non trasmette il messaggio direttamente o immediatamente, come potrebbe sembrare. Oltre all'*hardware* che rappresenta il supporto materiale di trasmissione, esiste un *software* installato sul supporto, collegato in rete da dove riceve dei codici, che rappresenterebbe la prima linea, che chiameremo *linea 1*: essa è fatta di singolarità, ovvero codici informatici, che non significano nulla di ciò che verrà rappresentato, è una linea astratta e per nulla simbolica o figurativa. Essa è mutante, perché rappresenta tante singolarità, tante quante sono le variabili costruttive delle rappresentazioni. Poi c'è la linea degli oggetti rappresentati, che chiameremo *linea 2*, che costituiscono i segni, che l'utente interpreterà: la danzatrice aggiunta alla piazza ripresa, la didascalia al monumento riconosciuto dal dispositivo, il personaggio del gioco all'interno dell'ambiente casalingo. Questa linea rappresenta non più singolarità, bensì segmenti più flessibili: una danza, una descrizione, un'*azione*, insomma gli elementi significanti. Infine (in realtà queste linee possono essere moltiplicate per ogni singolo campo d'azione), una terza linea, che chiameremo *linea 3*, rappresenterebbe il messaggio vero proprio: quindi l'evento della piazza in cui la danzatrice virtuale si esibisce, la storia della città in cui si trova un determinato monumento, il videogioco del personaggio. Questa terza linea ha una flessibilità più dura, essa difficilmente si allontanerebbe da un *copione* vincolante.

Un primo rapporto di potere si instaura nei rapporti binari e nelle relazioni biunivoche tra le due linee segmentarizzate o segmentarizzabili, la linea 2 e la linea 3, per cui la terza linea struttura gli elementi della seconda. Ma un secondo rapporto di potere, molto più subdolo, si forma tra la linea 1, quella delle singolarità, e le altre due: esso è apparentemente inesistente al destinatario, ma è quello che conferisce al messaggio il carattere di *naturalità*, poiché crea, aggiungendo informazioni visive e uditive in modo immediato, direttamente all'utente, l'*aumento* della realtà. La linea 3 ha necessariamente alle spalle una regia, teatralmente parlando, che costruisce la *storia* e instaura con il destinatario un rapporto canonico di comunicazione. La linea 1 invece è regolatrice: stabilisce chi può accedervi (anche solo concedendo l'accesso in cambio di flusso di denaro virtuale, ma non per questo meno reale, o dei dati personali), quali messaggi devono passare, quale iterazione è possibile. E molto spesso attraverso questo canale è possibile recuperare molti dati dell'utente senza che egli ne sia consapevole. Esso non è solo un contorno, un contesto: con la sua apparente *immediatezza*, naturalizza il messaggio tematico strutturandolo nella forma dell'imperativo tautologico e del principio esplicativo¹¹, dandogli,

¹¹ Bateson G., 1976, *Verso un'ecologia della mente*, Milano, Adelphi. L'Autore, nel *metalogo* "Che cos'è un istinto?", ipotizza, nel linguaggio scientifico e non, l'esistenza di principi esplicativi, che hanno la funzione di spiegare i

semioticamente parlando, più la forma della significazione che della comunicazione. Questo avviene perché i vari livelli di *softwares* e *hardwares*, che sono i nuovi interpreti dei messaggi che passano, rendono possibile un messaggio immediato e senza filtri. In questo senso, così come è successo con le altre forme di telecomunicazioni con un effetto tutto sommato meno persuasivo, in una strategia integrata di condizionamento ideologico, nel soggetto (inteso *foucaultianamente*) le forme di inferenza del pensiero vengono semplificate, banalizzate, la conoscenza della realtà viene distorta, mistificata, ma soprattutto omologata. Oggi la tecnologia della realtà aumentata non è ancora tanto diffusa, ma se, come è prevedibile, diventerà uno strumento di *massa*, essa avrà implicazioni alquanto inquietanti dal punto di vista politico, inteso anche in senso lato. Già è possibile constatare che il possesso di brevetti sui *softwares* e sugli *hardwares* oltre a tutta una schiera di programmatori informatici, depositari di conoscenze percepite come esoteriche, instaura un rapporto impari in cui il fruitore è ideologicamente assoggettato alle *logiche* di un mondo costruito *ad hoc* per lui. Nella discrepanza tra la complessità delle forze in gioco nella realizzazione di questo mondo e la semplicità e la banalità della sua percezione, si gioca la partita dell'assoggettamento. Nella massificazione di questo strumento, insieme ad altri strumenti già in uso tra cui spiccano quelle delle telecomunicazioni, si mira a indurre parti consistenti della società a pensare in modo semplice e banale.

Vorremmo spendere due parole sul concetto abusato di *massa*. A dispetto di molte teorie politiche e filosofiche, non solo marxiste, che la inquadrerebbero in una categoria sociologica portatrice di bisogni e istanze ben definibili, la massa è l'informe per antonomasia: essa non ha interessi, non ha un'opinione, non ha aspirazioni (Baudrillard 1978; Bataille 2013). Essa agisce più su sull'onda emotiva che riflessiva. Si scandalizza, si commuove, si arrabbia. Su questo terreno cresce, o meglio *fluttua* quel regime segnico paranoico ed in questo contesto le strategie della comunicazione, tra cui ritroviamo la realtà aumentata come paradigma, realizzano quello che abbiamo chiamato *sottoproletarizzazione ideologica di massa*¹². Già ai tempi di Walter Lippmann in cui si assisteva alla manipolazione dell'opinione pubblica, tramite l'uso massiccio della propaganda e dell'informazione la rappresentazione della realtà dava vita agli pseudo-ambienti. Oggi che la realtà virtuale e il mondo reale si fondono, la creazione di una nuova realtà, aumentata appunto dai dispositivi, origina nuovi ambienti e contesti emotivi molto più favorevoli alla manipolazione e all'orientamento stereotipato delle menti secondo quanto afferma George Lakoff.

Questa non è un'ideologia, non può esserlo, essa è più un processo, una tendenza a semplificare i concetti e le idee, le strutture di inferenza, a ricercare le soluzioni più semplici anche a problemi complessi, ad abbracciare posizioni più per il loro fascino, a deresponsabilizzarsi in nome di un presunto senso di *realismo*. Un realismo, una naturalità, che spiega tutto e il contrario di tutto, basta che sia mistificante. Esiste uno sforzo da parte di chi detiene il potere dell'informazione affinché certe modalità occultamente guidate, certe strutture di pensiero stereotipate e uniformanti vengano realizzate. L'intento sarebbe di creare a livello molecolare, una frattura tra una serie di ideologie, in questo senso sarebbe meglio usare la barthesiana definizione di *mitologie*, e i sistemi (economici? semiotici?) che sono ad un livello logico superiore. Il tutto diffuso ad un livello di massa, in cui gli elementi di contestazione, o non sono in grado di trovare una strategia di cambiamento da un punto di vista storico/logico o sono soffocati dal delirio paranoico che celebra i Significanti sistemici.

concetti, ma che in realtà non spiegano niente: uno di questi è l'*istinto*, che dovrebbe spiegare il comportamento degli animali, ma in realtà è solo una chiusura di una ricerca a ritroso delle cause di tale comportamento.

¹² Si rimanda alla nota 7.



Bibliografia

- Althusser L., 1967, *Per Marx*, Roma, Editori Riuniti.
- Bataille G., 2013, *Il problema dello Stato e altri scritti politici*, Gussago, Casa dei Marrani.
- Bateson G., 1976, *Verso un'ecologia della mente*, Milano, Adelphi.
- Baudrillard J., 1978, *All'ombra delle maggioranze silenziose ovvero la morte del sociale*, Bologna, Cappelli.
- Baudrillard J., 1990, *Lo scambio simbolico e la morte*, Milano, Feltrinelli.
- Deleuze G., 2010, *Due regimi di folli e altri scritti. Testi e interviste 1975-1995*, Torino, Einaudi.
- Ferraro G., 2014, "Dopo la multimedialità. L'evoluzione dei modelli culturali, dal Web a Google Glass" in *Corpi mediali. Semiotica e contemporaneità*, I. Pezzini, L. Spaziante, pp. 41-63, Pisa, Edizioni ETS.
- Floridi L., 2012, *La rivoluzione dell'informazione*, Torino, Codice Edizioni.
- Lakoff G., 2006, *Non pensare all'elefante*, Fusi orari Editore.
- Lippmann W., 2004, *L'opinione pubblica*, Roma, Donzelli Editore.
- Marcuse H., 1967, *L'uomo a una dimensione. L'ideologia della società industriale avanzata*, Torino, Einaudi.
- Marx K., 1977, *Ideologia tedesca*, Roma, Editori Riuniti.
- McLuhan M., 1976, *La galassia Gutenberg: Nascita dell'uomo tipografico*, Roma, Armando.
- Pezzini I, Spaziante L., 2014, "Everyday Media Life: la realtà è mediale" in *Corpi mediali. Semiotica e contemporaneità*, Pisa, Edizioni ETS.
- Ponzio A. e Petrilli S., 2003, *Semioetica*, Milano, Booklet.
- Rifkin J., 2000, *L'era dell'accesso*, Milano, Mondadori.
- Rodotà S., 2013, *Il diritto di avere diritti*, Bari, Laterza.
- Scelzi R., 2015, "La poesia LIS. Discorso artistico e nuovi media" in *Athanor* "Scienze dei linguaggi e linguaggi delle scienze. Intertestualità, interferenze, mutuaioni", a cura di Petrilli S., Milano, Mimesis.

Sitografia

- Castells M., 2006, "Communication, Power and Counter-power in the Network Society" in *International Journal of Communication* 1 (2007), 238-266 1932-8036/20070238, <http://www.caffeeuropa.it/socinrete/castells.pdf>
- Petrilli S., 2010, "Estetica ed etica nella concezione filosofica di Bachtin", <http://textosgege.blogspot.it/2010/10/estetica-ed-etica-nella-concezione.html>