

## LO SCARTO FRA REALTÀ E RAPPRESENTAZIONE. IMMAGINI, SOCIETÀ SPETTACOLARE E SOCIAL MEDIA

DOI: 10.7413/18281567078

di **Fabio Ferrara**

Università degli Studi dell'Insubria, Varese – Como

### **The gap between reality and representation. Images, society of the spectacle and social media**

#### *Abstract*

Our age is characterized by a never seen before production of images in the history of humankind. Starting from this condition, we will lay emphasis on how the effects of this spectacular overexposure are reflected on the human being, who is subjected to a continuous media flow and seems to express a sort of difficulty in distinguishing the fine line between reality and representation. In this sense, it is worth noting the emergence of an intangible dimension of existence which has contributed to this backdrop. This dimension is connected to the technological development and means offered by Internet, in particular to the emergence and the development of social media.

**Keywords:** Images, Representation, Debord, Social Network, Collective imaginary.

Sul finire degli anni Sessanta del Novecento Debord scriveva: «Tutta la vita delle società nelle quali predominano le condizioni moderne di produzione si presenta come un'immensa accumulazione di *spettacoli*. Tutto ciò che era direttamente vissuto si è allontanato in una rappresentazione»<sup>1</sup>. Con

---

<sup>1</sup> Cfr. G. Debord, *La società dello spettacolo*, trad. it. di P. Salvadori, Baldini Castoldi Dalai editore, Milano 2008, p. 53. Si può notare come la prima parte di questa tesi, sia sostanzialmente identica, ad eccezione di una piccola variazione consistente nella sostituzione della parola “merci” con “spettacoli”, all'incipit de *Il Capitale* di K. Marx e F. Engels (1867). La pratica di riportare citazioni altrui con minime modifiche, alterandone così il senso generale, costituisce un classico esempio di *détournement* di stampo situazionista, un movimento avanguardista-rivoluzionario operante in Europa dalla fine degli anni '50 ai primi anni '70 del Novecento, di cui Debord fu membro e fondatore. Per una lettura d'approfondimento, cfr. AA.VV., *Internazionale Situazionista 1958-1969*, trad. it. di A. Chersi, I. de Caria, R. d'Este, M. Lippolis, C. Maraghini Garrone e R. Marchesi, Nautilus, Torino 1994 e M. Perniola, *I situazionisti. Il movimento che ha profetizzato la «Società dello spettacolo»*, Castelvecchi, Roma 1998.

queste parole, riportate nell'*incipit* de *La società dello spettacolo* (1967), il filosofo francese, coglie una delle questioni cardine, a nostro avviso, caratterizzanti l'epoca post-moderna<sup>2</sup>: lo scarto fra realtà e rappresentazione.

Prima di procedere con la trattazione, ci sembra utile, chiarire brevemente l'orizzonte di significato dei due termini presi in considerazione. Il primo (realtà), indica: «La qualità e condizione di ciò che esiste in sé e per sé o effettivamente e concretamente»<sup>3</sup>; esso fa pertanto riferimento a tutte quelle entità materiali presenti del mondo sensibile e percepibili dall'uomo, indipendentemente dall'interpretazione attribuitagli in sede oggettiva o soggettiva. Con il secondo termine (rappresentazione), s'intende invece: «L'attività e l'operazione di rappresentare con figure, segni e simboli sensibili, o con processi vari, anche non materiali, oggetti o aspetti della realtà»<sup>4</sup>. Nella nostra analisi, la rappresentazione, sarà trattata in relazione ad un suo aspetto particolare: l'apparenza, o più nello specifico, tutte quelle azioni finalizzate a mostrare come realtà ciò che tale non è, creando in questo modo un'immagine distorta e falsificata del mondo in cui viviamo.

Senza entrare nel merito della natura squisitamente filosofica di quest'opposizione concettuale, la quale ci porterebbe lontani dal nostro discorso – innestando una riflessione gnoseologica sul problema della conoscenza<sup>5</sup> – vogliamo limitarci a considerare gli elementi presi in esame in una

---

<sup>2</sup> Con il termine “post-moderno” ci riferiamo a quella fase storica identificabile idealmente con la fine della Seconda guerra mondiale e nel quale viviamo tutt'oggi. Tuttavia, riteniamo di essere entrati nel vivo della postmodernità, lasciandoci definitivamente alle spalle l'epoca moderna, solo dagli ultimi decenni del XX secolo, grazie all'innovazione apportata dalle tecnologie dell'informazione e delle comunicazioni (Cfr. J.F. Lyotard, *La condizione postmoderna. Rapporto sul sapere*, trad. it. di C. Formenti, Feltrinelli, Milano 2002).

<sup>3</sup> Cfr. voce «realtà» in [www.treccani.it](http://www.treccani.it)

<sup>4</sup> Definizione tratta da <http://www.treccani.it/enciclopedia/rappresentazione/>

<sup>5</sup> La gnoseologia, termine derivante dal greco *gnōsis* (γνώσις) «conoscenza» e *lōgos* (λόγος) «parola, discorso», costituisce quel settore della filosofia riguardante lo studio dei fondamenti della conoscenza. Le radici di tale indagine risalgono alla tradizione filosofica antica (Socrate, Platone, Aristotele etc.) e hanno trovato consolidamento in età moderna, soprattutto per opera di Kant. Il filosofo tedesco, interrogandosi sulla dicotomia fra soggetto conoscente e oggetto conosciuto dal punto di vista epistemologico della conoscenza pura, analizza come la moderna scienza si rapporta alla realtà. Nella filosofia kantiana conoscere una determinata cosa, non equivale a coglierne la vera essenza (com'è in se stessa); ciò che l'uomo può osservare del mondo sensibile sono soltanto i fenomeni, ossia delle manifestazioni interpretabili attraverso delle categorie-strutture concettuali a priori: spazio e tempo. Esse inscrivono il fenomeno all'interno di uno schema definendo la realtà del soggetto conoscente (Cfr. I. Kant, *Critica della ragion pura*, trad. it. di G. Gentile e G. Lombardo-Radice, Laterza, Bari 1940).

diade oppositiva, che vede da una parte la realtà intesa come *ciò che è*, e dall'altra, la rappresentazione come *ciò che appare*<sup>6</sup>.

Nell'odierna civiltà post-moderna occidentale, sembra proprio quest'ultimo carattere a manifestarsi con maggior rilevanza nelle dinamiche messe in atto dal potere. Esso, indipendentemente dalla formula politica di legittimazione assunta, deve necessariamente confrontarsi con una realtà in costante trasformazione, la quale tende a svincolarsi dalla solidità materiale, arrivando così ad assumere nuove forme<sup>7</sup>.

Alla base del graduale processo di “de-materializzazione” del mondo contemporaneo, troviamo il *leitmotivo* che meglio rappresenta la condizione del nostro tempo: l'alto grado di accrescimento scientifico-tecnologico. L'esponenziale sviluppo di quest'ambito del sapere, ha spinto il potere ad elaborare inedite strategie di controllo, finalizzate a legittimare le proprie azioni all'interno di una realtà dove la dimensione immateriale dell'esistenza gioca un ruolo decisivo nella vita di tutti gli individui. A differenza delle epoche passate, stiamo, infatti, assistendo all'emergere di un ordine sociale dove il potere, nell'esercizio della propria autorità, ricorre con minor frequenza alla violenza in senso fisico, per imporre determinate decisioni in campo socio-politico, ma tende sempre più a

---

<sup>6</sup> L'emergere della problematicità di questo rapporto in epoca moderna, può essere fatta risalire agli inizi del XVI secolo, quando Machiavelli nella sua opera più celebre, *Il Principe* (1532), arriva a teorizzare e a giustificare la possibile divergenza fra il piano della realtà e quello della sua rappresentazione all'interno di un ordine politico (il Principato). Secondo l'autore chi esercita il potere, in veste di persona pubblica, deve sempre apparire agli occhi dei suoi sottoposti, dotato di tutta una serie di virtù, ma allo stesso tempo, come persona privata, deve capire che tali qualità non sempre si addicono all'esercizio del potere, ma al contrario, in alcuni casi possono determinarne la rovina. Riportando testualmente il Machiavelli: «A uno principe adunque non è necessario avere in fatto tutte le soprascritte qualità, ma è bene necessario parere di averle. Anzi ardirò di dire questo: che, avendole e osservandole sempre, sono dannose, e, parendo si averle, sono utili; come parere piatoso, fedele, umano, intero, relligioso, ed essere: ma stare in modo edificato con lo animo che, bisognando non essere, tu possa e sappia diventare il contrario» (Cfr. N. Machiavelli, *Il Principe*, a cura di G. Inglese, Einaudi, Torino 2011, p. 118). Egli, coglie, con mirabile intuizione, che nei fenomeni politici viene a crearsi uno scarto fra due polarità (realtà e rappresentazione) non sempre coincidenti. Il pensiero di questo grande teorico del potere è tutt'oggi di grande attualità nonostante le condizioni storiche, sociali e politiche siano radicalmente cambiate. Il quadro di riferimento dell'opera machiavellica si colloca alle origini del nascente “Stato” inteso in senso moderno (fu egli a introdurre per primo questo termine nel lessico politico col significato attribuitogli oggi), dove la dimensione materiale dell'esistenza giocava ancora un ruolo decisivo nell'esercizio del potere; oggi quest'ultimo si regge sempre meno sul mero esercizio della forza fisica e sempre di più su un piano immateriale dai connotati simbolici.

<sup>7</sup> Per indicare la condizione di mutevolezza dell'attuale società, Bauman ha introdotto la metafora della liquidità; secondo il sociologo polacco, una società può considerarsi “liquida” se: «Le situazioni in cui agiscono gli uomini si modificano prima che i loro modi di agire riescano a consolidarsi in abitudini e procedure» (Cfr. Z. Bauman, *introduzione*, in *Vita liquida*, trad. it. di M. Cupellaro, Laterza, Roma – Bari 2008). Per una lettura d'approfondimento sul concetto di società liquida cfr. Z. Bauman, *Modernità liquida*, trad. it. di S. Minucci, Laterza, Roma – Bari 2011.

far leva su un piano intangibile dai caratteri simbolici, agendo a livello d'immaginario collettivo<sup>8</sup>. Questa modalità di rapportarsi alla realtà, si radica in profondità nelle coscienze delle persone, influenzandone indirettamente l'esistenza; siamo pertanto di fronte a una forma di controllo totalizzante, che riesce a colonizzare tanto la dimensione empirica (materiale) quanto quella simbolica (immateriale) della vita umana<sup>9</sup>. Per fare questo il potere ricorre a una smisurata produzione d'immagini, abilmente dispiegata sul mondo attraverso il potenziale tecnologico-massmediatico di cui dispone: televisioni, giornali, internet etc. Sfruttando questi potenti mezzi di condizionamento di massa – i quali agiscono a un livello non direttamente comprensibile alla coscienza e al raziocinio dell'individuo – diffonde contenuti (spesso anche di natura contraddittoria)<sup>10</sup> in base alle esigenze operative di volta in volta coerenti e funzionali alla visione del mondo che vuole mostrare; in questo modo crea un'immagine (rappresentazione) di sé positiva (mistificando talvolta la realtà), la quale gli permette di ottenere consenso estendendo così, la propria azione sulla vita delle persone, condizionandone le scelte individuali e collettive.

Questo era quanto sostanzialmente intuito da Debord mezzo secolo fa; egli si rese conto di vivere in una società in cui gli individui stavano progressivamente diventando spettatori passivi di un flusso d'immagini accuratamente prodotte e selezionate da un potere spettacolare, che poco alla volta si

---

<sup>8</sup> Con quest'espressione ci riferiamo all'insieme delle immagini dominanti presenti in una società che non richiedono spiegazioni per essere comprese, poiché fanno parte del patrimonio culturale di una determinata civiltà, all'interno di una sorta di memoria condivisa. L'immaginario collettivo si avvale di narrazioni a forte carattere simbolico, evocanti significati trascendenti l'oggetto stesso della narrazione.

<sup>9</sup> Tale prospettiva è stata magistralmente studiata da Hardt e Negri, ricorrendo all'espressione "biopotere" per indicare: «Quella forma di potere che regola il sociale dall'interno, inseguendolo, interpretandolo, assorbendolo e riarticolandolo. Il potere può imporre un comando effettivo sull'intera vita della popolazione [...]. La funzione determinante di questo tipo di potere è quella di investire ogni aspetto della vita, e il suo compito primario è quello di amministrarla» (Cfr. M. Hardt – A. Negri, *Impero. Il nuovo ordine della globalizzazione*, trad. it. di A. Pandolfi, Rizzoli, Milano 2002, p. 39). In altri termini, il biopotere, rappresenta una tipologia di potere onnipervasivo, che mira, attraverso un'articolata struttura di sorveglianza e di condizionamento delle masse, a edificare un sistema di controllo atto a disciplinare la vita degli individui in tutti i suoi aspetti, diventando così essenziale per la produzione e riproduzione della vita stessa.

<sup>10</sup> Questa logica ricorda per molti aspetti la famosa narrazione distopica Orwelliana (*1984*), dove un governo paratotalitario, il grande fratello (*Big Brother*), è in grado di esercitare un'influenza tale da asservire le menti degli individui spingendoli a considerare come vera una realtà paradossale. Questo meccanismo psicologico di distorsione nell'interpretazione della realtà, chiamato dall'autore "bispensiero" (*doublethink*), consiste nel far condividere contemporaneamente due opinioni palesemente contraddittorie e farle accettare entrambe come vere (Cfr. G. Orwell, *Nineteen Eighty-Four*, Penguin Books, London 2000). Sebbene tale pratica possa apparire alla logica come irrazionale, i meccanismi che vi soggiacciono trovano oggi un ampio utilizzo da parte del potere; essa, tuttavia, non viene attuata ricorrendo alla violenza fisica, come accadeva in passato nei regimi totalitari, ma si costituisce a livello di immaginario collettivo (per un approfondimento sull'argomento cfr. P. Bellini, *Violenza, immaginario collettivo e pratiche sociali*, in *Metabasis.it*, N. 13 anno VII maggio 2012).

stavano sostituendo alla realtà: tale processo andrà a definire per l'autore la nozione di spettacolo. Nel linguaggio comune, il termine spettacolo, viene utilizzato per indicare la dimensione massmediatica legata all'intrattenimento di una certa *audience*; per l'autore questo ne costituisce soltanto l'aspetto più superficiale e opprimente. Nella sua analisi lo spettacolo si configura come il prodotto più avanzato del capitalismo moderno, dove a dominare, è il settore economico<sup>11</sup>. Tuttavia, Debord, consapevole delle differenze socio-politiche e culturali presenti nel mondo dell'epoca<sup>12</sup>, identificherà due differenti modelli spettacolari: uno «concentrato» e l'altro «diffuso». Il primo, tipico delle moderne dittature comuniste, prevedeva la presenza di un unico centro decisionale da cui erano irradiate tutte le direttive; questo, a causa del basso sviluppo del settore industriale, ricorreva all'ideologia e all'identificazione con il capo supremo (dittatore) per ottenere consenso. La seconda forma spettacolare, propria delle democrazie occidentali, grazie a un elevato sviluppo economico, si reggeva sul consumo di merci come forma di narcotizzazione sociale; le decisioni prese dal potere, non erano più imposte al cittadino-spettatore ricorrendo all'ideologia o qualora non fosse stato sufficiente, alla violenza, ma tramite immagini atte a presentare illusoriamente, un mondo dove l'individuo si sentiva libero di scegliere cosa consumare, desiderare o pensare<sup>13</sup>. In entrambi i modelli descritti, realtà e immaginario dello spettacolo, costituivano due entità distinguibili: si poteva ancora intravedere la realtà della vita al di là dalle diverse ideologie veicolate dal potere. Nulla invece, sfugge a quello definito successivamente dal pensatore francese come spettacolo «integrato»<sup>14</sup>. A differenza delle due tipologie analizzate in precedenza – non in grado di esercitare un controllo sociale totale – quest'ultimo si mescola alla realtà senza lasciare zone

---

<sup>11</sup> Lo spettacolo diviene: «[...] il risultato e il progetto del modo di produzione esistente. Non è un supplemento del mondo reale [...]. È il cuore dell'irrealismo della società reale. In tutte le sue forme [...] lo spettacolo costituisce il *modello* presente della vita socialmente dominante». Esso diventa parte integrante e costitutiva della realtà: «La realtà sorge nello spettacolo, e lo spettacolo è reale» (Cfr. G. Debord, *op. cit.*, pp. 54-55).

<sup>12</sup> Quando è stata scritta *La società dello spettacolo* (1967), storicamente, siamo nel pieno della Guerra Fredda, un periodo caratterizzato dalla presenza di due super-potenze contrapposte: a occidente gli Stati Uniti d'America (alleati con i paesi NATO) e ad oriente l'Unione Sovietica (alleata con i paesi sottoscrittenti il Patto di Varsavia); a queste fazioni ideologicamente in lotta fra loro, corrispondevano due diverse visioni del mondo: capitalismo e comunismo.

<sup>13</sup> Questa forma spettacolare ricorre a uno stratagemma più sottile che tende a mostrare (rappresentazione) una libertà fittizia. Lo spettacolo così descritto si presenta come: «Una enorme positività indiscutibile e inaccessibile. Non dice nulla di più che “ciò che appare è buono, ciò che è buono appare”. L'attitudine che esso esige per principio è quest'accettazione passiva, che ha di fatto ha già ottenuto con il suo modo di apparire senza repliche, con il suo monopolio dell'apparenza» (*Ivi.*, p. 56).

<sup>14</sup> Id., *Commentari sulla società dello spettacolo*, trad. it. di F. Vasarri, in *La società dello spettacolo*, Baldini Castoldi Dalai editore, Milano 2008.

d'ombra, presentandosi allo stesso tempo come concentrato e diffuso: il risultato è pertanto società completamente spettacolarizzata<sup>15</sup>. Realtà e immaginario, s'inscrivono così all'interno di una sorta di "palcoscenico" in cui gli individui sono allo stesso tempo attori (agenti attivi) e spettatori (agenti passivi), cancellando in questo modo la sottile linea di separazione tra vita (realtà) e spettacolo (rappresentazione). All'interno di un mondo dominato da questo sistema illusorio, tutto, ad eccezione dello spettacolo, può essere messo in discussione: esso giustifica ogni cosa, e a sua volta, ogni cosa, trova in esso la propria giustificazione. Lo spettacolo si presenta contemporaneamente "fine e mezzo" del meccanismo che l'ha generato, per questa ragione è indiscutibile. Ricorrendo alle parole dell'autore, esso diviene: «Il regno autoritario dell'economia mercantile elevato a uno statuto di sovranità irresponsabile e l'insieme delle nuove tecniche di governo che accompagnano tale regno»<sup>16</sup>.

Questa forma di potere plasma l'immaginario dell'individuo tramite un massiccio utilizzo d'immagini veicolate dai principali mezzi di comunicazione di massa. Tale pratica, nel corso degli ultimi decenni, è stata potenziata grazie al rapido sviluppo tecnologico-mediatico che ha favorito una produzione e diffusione d'immagini senza precedenti nella storia dell'intera umanità. Possiamo liberamente affermare di trovarci oggi, in una società in cui il carattere pervasivo dell'immagine, nelle sue diverse espressioni, costituisce un elemento di grande rilevanza nella vita delle persone. Per via del suo carattere multiforme, cercheremo di darne un'idea più precisa andando alle radici del termine. I diversi vocaboli latini riconducibili alla parola «immagine» (lett. *imagine*), differiscono per origine e formazione, nonostante ciò, si può notare come a livello semantico presentino i medesimi intrecci; per comodità faremo riferimento al termine *imago* in quanto raccoglie in sé tutti i significati della parola «immagine», da quello più concreto (in senso materiale) fino a quello più astratto (in senso concettuale)<sup>17</sup>. A causa della sua natura ambigua è difficile giungere ad una definizione univoca; ricorrendo alle parole di Wunenburger, potremmo considerare l'immagine come una: «Rappresentazione concreta, sensibile (a titolo di riproduzione o

---

<sup>15</sup> Così scriveva Debord: «Il senso dello spettacolare integrato è che si è integrato nella realtà stessa man mano che se ne parlava; [...] lo spettacolo si è mischiato ad ogni realtà irradiandola» (*Op cit.*, p. 194).

<sup>16</sup> *Ivi*, p. 190.

<sup>17</sup> *Imago* si presta come: «Termine generico per tutto un insieme di espressioni circoscritte che sono altrettante specie o sottoinsieme della categoria «immagine», formati a partire da diverse radici linguistiche: segno, simbolo, allegoria, metafora [...]» (Cfr. J.J. Wunenburger, *Filosofia delle immagini*, trad. it. di S. Arecco, Einaudi, Torino 1999, p. 10).

copia) di un oggetto [...] materiale [...] o concettuale [...], presente o assente dal punto di vista percettivo e che intrattiene un tale legame col suo referente da poterlo rappresentare a tutti gli effetti e consentire così il riconoscimento e l'identificazione tramite il pensiero. In tale senso l'immagine si distingue nettamente sia dalle cose reali in se stesse, considerate al di fuori della loro rappresentazione sensibile, sia dalla loro rappresentazione in veste di concetto»<sup>18</sup>. Essa si colloca in un registro semantico fluttuante fra l'idea di una forma visibile (*imago*) e l'idea di un contenuto immaginario, irreali. In quest'ottica si rivela come una categoria ambivalente, situata idealmente a metà strada fra il materiale e l'immateriale, ossia fra il sensibile, ciò che è sperimentabile attraverso i sensi<sup>19</sup>, e l'intelligibile, ciò che può essere conosciuto soltanto ricorrendo all'intelletto. L'immagine prende dunque forma da contenuti sensoriali originati dall'esperienza, ma trae nutrimento anche da tutti quei significati trascendenti il piano empirico dell'esistenza. Essa, tuttavia, non è fine a se stessa, ma consente di interagire col mondo, di poterlo pensare e di conseguenza anche di trasformarlo. In ultima analisi, l'immagine è di fondamentale importanza nella vita dell'uomo poiché costituisce una: «Rappresentazione intermedia, che collabora tanto alla conoscenza del reale quanto alla sua dissoluzione nell'irreale»<sup>20</sup>. Essa diviene così quell'elemento essenziale, quel *trait d'union* fra realtà e rappresentazione.

Senza dilungarci sulle diverse tipologie d'immagini, possiamo constatare la centralità di quest'elemento come un dato incontrovertibile; per rendersene conto basta aprire gli occhi e guardarsi intorno: schermi televisivi e *monitor* di ogni genere, cartelloni pubblicitari, vetrine e insegne luminose di negozi etc. popolano le strade delle moderne città, e spesso, anche quei luoghi un tempo considerati sacri<sup>21</sup>, non sono più totalmente immuni alla dimensione tecnologica della post-modernità. A tutti questi stimoli presenti nell'ambiente sociale nel quale viviamo, e ai quali spesso non facciamo più caso, essendone assuefatti, vanno aggiunti quelli derivanti dal crescente numero di *gadget* tecnologici: smartphone, laptop, tablet etc. Questi, oltre ad essere potenti

---

<sup>18</sup> *Ivi*, p. 5.

<sup>19</sup> L'immagine come rappresentazione sensibile, trova la propria specificazione in rapporto alle fonti sensoriali da cui scaturisce, in *primis* dell'esperienza visiva dell'occhio, organo privilegiato (ma non esclusivo) nell'acquisizione delle forme esteriori del mondo.

<sup>20</sup> Cfr. J.J. Wunenburger, *introduzione a op. cit.*

<sup>21</sup> Con l'espressione "luoghi sacri" ci riferiamo a tutti gli spazi non solo di culto religioso in senso stretto, come ad esempio chiese, moschee, sinagoghe etc., ma anche a quegli ambienti dove potersi rifugiare per cercare un contatto con la sfera più intima e profonda di se stessi.

strumenti di comunicazione alla portata di mano di chiunque, rappresentano dei veri e propri oggetti di culto<sup>22</sup> che le persone portano costantemente con sé – come una sorta di documento d’identità – tanto da diventare parte integrante della propria esistenza, al punto di non poterne più fare a meno. Oggi, infatti, risulta quasi impensabile uscire di casa senza assicurarsi di avere con sé il proprio aggeggio tecnologico, e se per sbaglio ciò si verifica, si avverte una sensazione di disagio, paragonabile in qualche misura al sentimento del sentirsi “persi”, estraniati dal mondo. Viene così a instaurarsi un rapporto di stretta dipendenza fra l’uomo e questi oggetti-feticci<sup>23</sup>, senza i quali si è esclusi dall’incessante flusso comunicativo-mediatico che avvolge l’ambiente in cui viviamo (mediasfera)<sup>24</sup>. La tecnologia esercita una forma di seduzione molto potente sull’individuo, ipnotizzandolo in uno stato di “narcisistico torpore”<sup>25</sup>; il rischio cui si va incontro, se non si sviluppano gli “anticorpi” necessari, è di venire fagocitati da questa dimensione narcotizzante, accettando passivamente le assunzioni non neutrali intrinseche nella tecnologia. Come ormai ampiamente noto e condiviso dai più autorevoli studiosi in materia, il mezzo tecnologico per sua stessa natura non è mai neutrale<sup>26</sup> nei confronti dell’utilizzatore, ma influenza in maniera determinante il pensiero dell’uomo, non solo a livello contenutistico (di messaggio), ma soprattutto, il modo attraverso cui esso riceve i contenuti veicolati dal *medium*. Tale condizionamento, sul lungo periodo, ha portato a una modificazione della struttura mentale collocata alla base del pensiero dell’essere umano: l’ipotesi è che si stia assistendo a un vero e proprio mutamento antropologico a

---

<sup>22</sup> Il *gadget* tecnologico costituisce per alcune persone un oggetto di vera e propria venerazione, basti pensare, per fare solo un esempio, alle interminabili code che si creano nei negozi o nei centri commerciali in occasione del lancio di un nuovo modello di smartphone. Questa pratica di adulazione ricorda per molti aspetti il rito della processione, dove l’oggetto del desiderio assume a divinità da contemplare e adorare.

<sup>23</sup> Il rapporto circolare che s’instaura fra soggetto e oggetto tecnologico, provoca un influenzamento reciproco: l’uomo utilizza le tecnologie per compiere determinate azioni, tanto quanto le tecnologie si servono dell’uomo per riprodursi, potenziarsi ed espandersi. Viene così a crearsi una situazione in cui bisogni prima inavvertiti dall’individuo, affiorano, diventando talvolta necessari, nel momento in cui un *medium* diviene in grado di soddisfarli (Cfr. processo di «esattamento» in R. Simone, *Presi nella rete. La mente ai tempi del web*, Garzanti, Milano 2012, pp. 13-14).

<sup>24</sup> Con “mediasfera” ci riferiamo a un ambiente dove «i media elettronici in rete giocano un ruolo fondamentale, non più come strumenti ma ormai come presenze arroganti» (*Ivi*, p. 11).

<sup>25</sup> Cfr. M. McLuhan, *Gli strumenti del comunicare*, trad. it. di E. Capriolo, Il Saggiatore, Milano 1967, capitolo IV “L’amore degli aggeggi. Narciso come narcosi”.

<sup>26</sup> Cfr. *op. cit.*



livello di *forma mentis*, o meglio, per utilizzare un termine più appropriato di *brainframe*<sup>27</sup>. In parole più semplici, ogni nuova tecnologia, indipendentemente dal messaggio trasmesso, costituisce in primis un *modus operandi* di elaborare un'informazione che ridefinisce l'architettura della mente<sup>28</sup>. Questo ha inevitabilmente inciso sul modo attraverso cui percepiamo ed elaboriamo informazioni e stimoli provenienti dall'ambiente esterno, con ricadute sul nostro immaginario e di conseguenza su come interpretiamo e ci rapportiamo alla realtà.

Alla luce di quanto fin ora sostenuto, innegabili sono gli effetti di tale spettacolo perpetuo sulla psiche conscia, ma soprattutto su quella inconscia dell'uomo contemporaneo; egli, assuefatto dall'infinità di sollecitazioni cui suo malgrado è sottoposto, si trova dinanzi una situazione dove a dominare è una visione del mondo in cui l'apparire (rappresentazione) – assunto a valore ideale cui aspirare – conta più dell'essere (realtà). Possiamo pertanto affermare che nell'attuale società, per via della smisurata produzione d'immagini d'ogni sorta cui siamo perennemente esposti<sup>29</sup>, un numero crescente di persone presenti una certa difficoltà nel discernere l'ormai labile confine creatosi tra realtà e rappresentazione. Il processo di astrazione del vissuto descritto da Debord, sembra aver raggiunto un livello tale da estendersi parzialmente anche ai rapporti umani. A rendere più incerta questa situazione liminale, hanno contribuito, nel corso dell'ultimo decennio, le potenzialità offerte dal web, in particolare con la nascita e il rapido affermarsi su scala globale dei famigerati *social media*. Data la vastità del “mondo social”<sup>30</sup> e pertanto l'impossibilità di un'analisi

---

<sup>27</sup> Il termine *brainframe*, letteralmente traducibile con “cervello-cornice”, fa riferimento a una visione teorica che considera il cervello umano come un ecosistema biologico in perenne dialogo con la tecnologia e la cultura; secondo tale prospettiva il *medium* tecnologico “incornicia” il cervello sia da un punto di vista fisiologico, sul piano dell'organizzazione neuronale, che psicologico, sul piano dell'organizzazione cognitiva (Cfr. D. de Kerckhove, *Brainframes. Mente, tecnologia, mercato*, a cura di B. Bassi, Baskerville, Bologna 1993, p.11).

<sup>28</sup> Cfr. D. de Kerckhove, *L'architettura dell'intelligenza*, trad. it. di M. L. Palumbo, Testo & Immagine, Torino 2001.

<sup>29</sup> Le immagini presenti nella nostra esistenza sono innumerevoli e molto diverse fra loro, per questa ragione è ragionevole supporre che non tutte abbiano la stessa valenza; alcune di esse, quelle più profonde di matrice archetipale-inconscia, hanno generato i miti e forgiato l'immaginario collettivo d'interi popoli e culture. Vi sono dunque delle immagini maggiormente significative rispetto ad altre e che presentano una valenza simbolica.

<sup>30</sup> Per citarne solo alcuni fra i più noti: Facebook, Qzone, Google+, Instagram, Twitter, Tumblr, LinkedIn, Pinterest, Flickr etc. Questo costituisce un elenco sommario del variegato universo *social* presente nel web.

dettagliata in questa sede, prenderemo in considerazione quello ha conosciuto maggior fortuna, costituendone tutt'oggi il modello per eccellenza: Facebook<sup>31</sup>.

All'interno del sito, chiunque, può iscriversi gratuitamente dopo aver fornito alcuni dati necessari alla registrazione<sup>32</sup>; una volta entrati a far parte della *community*, l'utente è libero di gestire e arricchire la propria pagina (*account*) con foto, informazioni personali, relativi ad esempio all'impiego lavorativo, il tipo d'istruzione ricevuta, la città di nascita e di residenza, gusti musicali o cinematografici, appartenenza politica, religiosa etc. arrivando così a costituire un racconto fondativo di se stesso. Inseriti tutti i dati reputati opportuni ad essere pubblicato<sup>33</sup>, ma in un qualsiasi momento modificabili o aggiornabili, la finalità del sito è creare una rete di contatti, inviando o ricevendo richieste "d'amicizia", a persone realmente conosciute o che si desidererebbe conoscere. Viene così a formarsi un micro-mondo virtuale dove è possibile effettuare tutta una serie di operazioni, finalizzate a mettere in (pseudo) relazione gli utenti; ad esempio, si può scrivere quello che nel gergo di internet viene chiamato *post*<sup>34</sup>, ossia uno "stato" (pensiero, opinione etc.) sulla propria bacheca<sup>35</sup>, chattare o video-chattare, caricare fotografie e video, collegamenti (*link*) ad altri siti internet, o ancora, condividere contenuti di altri utenti-amici. Allo stesso modo chiunque (entro certi limiti)<sup>36</sup> ha la possibilità di commentare un determinato *post*, esprimendo il proprio consenso, o al contrario, manifestando disaccordo. Queste costituiscono soltanto alcune delle principali azioni

---

<sup>31</sup> Creato da Mark Zuckerberg nel 2004 e inizialmente conosciuto come "The Facebook", il sito attualmente conta quasi un miliardo e mezzo di utenti registrati in tutto il mondo. Per una lettura d'approfondimento cfr. D. Kirkpatrick, *Facebook. La storia. Mark Zuckerberg e la sfida di una nuova generazione*, Hoepli, Milano 2011.

<sup>32</sup> Le condizioni di utilizzo del sito relativi a "dichiarazione dei diritti e responsabilità" sono riportate e consultabili al seguente link: <https://www.facebook.com/terms.php>

<sup>33</sup> L'inserimento di dati sensibili, come ad esempio l'orientamento sessuale, l'appartenenza religiosa o politica etc. all'interno del sito, ha innescato, nel corso degli anni, un fervido dibattito riguardante la questione della *privacy* e della sua tutela. Per un'interessante lettura su questo tema cfr. S. Rodotà, *Il mondo nella rete. Quali i diritti, quali i vincoli*, Editori Laterza – la Repubblica, Milano 2014.

<sup>34</sup> Questo termine, derivante dal verbo inglese *to post* («disporre», «collocare al proprio posto») e caduto in disuso nel suo significato originario, è oggi associato ai nuovi meccanismi di comunicazione in Rete per indicare la pubblicazione di un contenuto (messaggio, fotografia, video etc.), all'interno di un sito internet, un blog o un *social network*.

<sup>35</sup> La bacheca, ossia lo spazio dedicato all'inserimento dei contenuti da parte degli utenti, si presenta oggi con la stessa funzione un tempo rivestita dal diario segreto, con la sostanziale differenza che ha perso il carattere dell'intimità, di riservatezza personale, per diventare un "diario aperto" a cui tutti possono accedere senza "chiedere il permesso".

<sup>36</sup> Nelle impostazioni del sito, per via delle normative vigenti in materia di *privacy*, ogni membro può decidere di limitare le azioni consentite agli altri utenti sul proprio profilo, come ad esempio impedire la pubblicazione di contenuti o commenti senza che essi siano prima approvati.

consentite all'interno del sito; negli anni, infatti, a seguito dell'enorme successo riscontrato a livello mondiale, si è espanso offrendo nuove funzionalità ai propri membri, come: giochi, inserzioni pubblicitarie create *ad hoc* per promuovere attività commerciali e non, pagine dedicate alla promozione di eventi culturali etc.

Questo *social network* viene pertanto a costituirsi come uno spazio-contenitore fungente idealmente da "vetrina", una sorta di seconda vita parallela a quella reale vissuta su un piano virtuale dove poter edificare e modellare un'immagine capace di rispecchiare la percezione che il soggetto ha di sé e di ciò che vuole mostrare agli altri. Tale immagine, tende ad essere liquida, ossia non preconstituita in maniera definitiva, ma ri-definibile facilmente in un qualsiasi momento, qualora lo si ritenga opportuno. Questo tuttavia, implica una mancanza di controllo effettivo sulla veridicità delle informazioni pubblicate; chiunque dall'altra parte dello schermo, è potenzialmente nella posizione di poter mentire sulla propria identità. Evidenti sono i possibili rischi derivanti da un uso improprio (e spesso inconsapevole), soprattutto da parte dei minori.

Riprendendo le fila del discorso possiamo affermare che Facebook, e per estensione tutti i siti di *social networking*, rappresentano in linea di principio una forma di spettacolarizzazione della vita quotidiana, dove poter esibire narcisisticamente la propria immagine, anche se questa molte volte non coincide con la realtà ma solo con l'idealizzazione di essa.

L'impressione è di assistere oggi ad un inquietante fenomeno, riguardante in modo particolare le nuove generazioni (ma non solo), consistente nella sovrapposizione fra vita reale e quella della sua rappresentazione virtuale<sup>37</sup>. A sostegno di questo sentore, possiamo osservare come un crescente numero di persone sente l'irrefrenabile desiderio-bisogno di utilizzare compulsivamente i *social media* per condividere ogni sorta di pensiero o azione compiuta, come se l'esperienza dovesse essere mediata dalle immagini per considerarsi in un certo qual modo "reale". Quanto previsto da Debord, si è dunque parzialmente verificato: parte della propria vita è divenuta immagine. Possiamo inoltre notare come queste reti sociali, presentino quasi tutte le medesime caratteristiche dello spettacolo descritte dal filosofo: la «separazione», l'«isolamento», la «divisione» e la

---

<sup>37</sup> Un esempio drammatico di coincidenza fra questi due piani d'esistenza è riscontrabile nella sindrome di Hikikomori. Letteralmente questo termine giapponese può essere tradotto con «stare in disparte», ed è utilizzato per designare quella patologia diffusa soprattutto in Giappone fra i giovani in età adolescenziale, che porta a un isolamento dal mondo reale per trovare così rifugio in realtà virtuali.

«contemplazione»; tutte ad eccezione dell'«assenza di dialogo»<sup>38</sup>. Alla fine degli anni Sessanta, il principale mezzo di comunicazione di massa era la televisione, un *medium* caratterizzato da un flusso comunicativo unidirezionale basato su un sistema di trasmissione dove i messaggi viaggiano in una sola direzione: da una fonte emittente a molti riceventi<sup>39</sup>. Grazie alla diffusione della Rete internet e del web, questa situazione è cambiata; il flusso è diventato pluridirezionale, ossia, vi sono molti emittenti e destinatari che possono, in un qualsiasi momento, scambiarsi di ruolo: ciascun agente comunicativo è in grado di interagire con molti altri in una rete potenzialmente di portata globale.

I *social network*, tendono a presentarsi come strumenti di socializzazione in quanto ogni utente è unito, connesso a una rete sociale, ma come singolo e separato, dalla postazione del proprio computer. La costante rimane dunque un certo grado di passività nei confronti della vita: più l'individuo contempla la sua vita virtuale, meno vive quella reale. Essi in quest'ottica creano una pseudo socialità tramite la virtualità, configurandosi – paradossalmente – come strumenti di a-socialità reale.

Debord con la sua analisi, ha voluto mettere in luce come si sia assistito al passaggio da una realtà ancorata alla materialità (alla concretezza della “cosa”) a una parziale de-materializzazione di essa. Con questo non s'intende sostenere che il mondo stia subendo un effettivo processo di dissoluzione del reale, ma piuttosto, un'ibridazione fra questi due piani d'esistenza. Viviamo in una società, dove sempre di più il nostro immaginario, alimentato dal crescente numero di narrazioni spettacolari, è influenzato dal fatto che le nostre esperienze, corporee ed emotive, tendono a trasferirsi su un piano virtuale (come nel caso del citato Facebook). Tale ibridazione cambia il modo di immaginare e controllare la realtà attraverso l'immaginazione.

Per concludere questa breve trattazione, senza la minima pretesa di esaurire un così ampio e complesso argomento, possiamo notare come nel corso dei secoli, a partire dall'epoca della

---

<sup>38</sup> Cfr. Debord *op. cit.* pp. 59-62.

<sup>39</sup> Questo modello, privo di circolarità comunicativa (*feedback*), è stato oggetto di numerose teorie critiche in ambito sociologico; fra queste ci limiteremo a citare quella che probabilmente ha conosciuto più successo: la teoria ipodermica, detta anche *Bullet Theory*. Essa vede nei mezzi di comunicazione di massa potenti strumenti di persuasione atti a plasmare gli individui, i quali inermi e nella più totale passività, vengono “colpiti” da messaggi comunicativi metaforicamente visti come proiettili (*bullet*).

“riproducibilità tecnica”<sup>40</sup>, si sia andati verso un lento ma inesorabile processo che ha condotto l’immagine – un tempo dotata di una sorta d’aurea di sacralità – a una perdita, o quanto meno a una notevole diminuzione qualitativa della sua carica-potenza simbolica, in favore di un esponenziale aumento quantitativo. Nell’attuale società post-moderna, a dominare sono immagini superficiali (veicolate dal potere e dagli strumenti di comunicazione di massa), le quali si distaccano dall’oggetto (o soggetto) rappresentato, diventando autonome e creando un mondo a sé, dove il confine fra realtà e rappresentazione, appare sempre più incerto. E così l’intuizione feuerbachiana secondo cui «Il nostro tempo [...] preferisce l’immagine alla cosa, la copia all’originale, la rappresentazione alla realtà, l’apparenza all’essere»<sup>41</sup>, sembra trovare nella civiltà spettacolare contemporanea piena conferma.

---

<sup>40</sup> Cfr. W. Benjamin, *L’opera d’arte nell’epoca della sua riproducibilità tecnica*, trad. it. di E. Filippini, Einaudi, Torino 2011.

<sup>41</sup> Cfr. L. Feuerbach, *prefazione* alla seconda edizione de *L’essenza del cristianesimo*.



Sesto San Giovanni (MI)  
via Monfalcone, 17/19

© Metabasis.it, rivista semestrale di filosofia e comunicazione.  
Autorizzazione del Tribunale di Varese n. 893 del 23/02/2006.  
ISSN 1828-1567



Quest'opera è stata rilasciata sotto la licenza Creative Commons Attribuzione- NonCommerciale-NoOpereDerivate 2.5 Italy. Per leggere una copia della licenza visita il sito web <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/it/> o spedisci una lettera a Creative Commons, 559 Nathan Abbott Way, Stanford, California 94305, USA.