



la Bussola

Classificazione Decimale Dewey:

302.2 (2.) INTERAZIONE SOCIALE. COMUNICAZIONE

FILIBERTO TARTAGLIA

GALASSIE E SIMULACRI

**RILEGGERE MCLUHAN E BAUDRILLARD
AL TEMPO DELL'INTELLIGENZA ARTIFICIALE**



la Bussola



la Bussola



ISBN

979-12-5474-471-0

PRIMA EDIZIONE

ROMA 11 GIUGNO 2024

INDICE

- 7 *Come presentazione*
- 11 CAPITOLO I
Attenti a quei due!
- 17 CAPITOLO II
Marshal McLuhan o della comunicazione
- 27 CAPITOLO III
Jean Baudrillard e il sistema degli oggetti
- 35 CAPITOLO IV
Oggetti d'oggi
- 47 CAPITOLO V
Sensi, sensori, sensoristica
- 63 CAPITOLO VI
Maestri di metafora

6 *Indice*

87 CAPITOLO VII
Baudrillard *vs* McLuhan

93 CAPITOLO VIII
Galassia IA

109 *Come conclusione (provvisoria)*

COME PRESENTAZIONE

Fra i tanti abusi linguistici che riguardano l'argomento Intelligenza Artificiale, il più tollerabile è forse "rivoluzione copernicana". Locuzione utilizzata per Galileo, Kant, Einstein, ma anche per altre svolte epocali. Sono fissate in testi altrettanto storici, come il Sidereus Nuncius, le tre critiche della rivoluzione filosofica o l'esposizione divulgativa della teoria della relatività. Evocate anche per le svolte tecnologiche, come quella che ci ha teletrasportati nell'era della digitalità. È piuttosto prematuro indicarne il testo che la consacra ufficialmente. Più facile fissare date che ne individuano i precedenti.

Per gli studi sociologici sulle comunicazioni di massa, transizione epocale dalla modernità alla postmodernità, propongo il 1964, anno in cui usciva a New York Understanding Media: The Extensions of Man di Marshall McLuhan. Fu pubblicato in Italia tre anni dopo, con il titolo Strumenti del comunicare e il sottotitolo "I significati psicologici e sociali di ogni sistema di comunicazione". Saggio fondativo della massmediologia, a meno che non si voglia risalire al 1949, quando Joseph T. Klapper cominciò a studiare gli effetti

delle comunicazioni di massa. Pubblicò negli Stati Uniti *The Effects of Mass Media* nel 1960, tradotto in italiano quattro anni dopo. In Europa, comunque, già nel 1923 la prima Scuola di Francoforte aveva cominciato ad includere la comunicazione nella critica sociale. Attenzione che diventerà cruciale nel periodo della diaspora americana e soprattutto nella terza fase della sua storia, il ritorno in Germania.

McLuhan ha innovato radicalmente rispetto a Klapper, forte di una formazione che spaziava dall'ingegneria alla letteratura. Il che caratterizza le sue opere di un eclettismo e di un'erudizione che vanno oltre la sociologia critica della cultura di massa. Tratteggiano anche l'american way of life. Sociologo, certo, e padre nobile della massmediologia. E maestro di metafore. Come la similitudine con le galassie per proporre a paradigma la sua concezione del sistema dei media: Galassia Gutenberg e Galassia Marconi.

Se McLuhan è il padre e il "profeta" delle comunicazioni di massa, Jean Baudrillard si può definirne il più spietato critico. Intellettuale inclassificabile. Eclettico quanto e più del canadese, comincia a farsi notare fra i sociologi francesi con la sua tesi di dottorato pubblicata nel 1968 con il titolo *Il sistema degli oggetti. Una sociosemiologia dei prodotti, strumenti e gadget che popolavano come merci la già matura società dei consumi*. Baudrillard li riuniva a sistema non dal punto di vista tecnico e funzionale, ma focalizzando la relazione tra soggetti e artefatti, fra le persone e le cose. Gli interessavano, in particolare, il mondo domestico (oggi gestito dalla domotica) e l'automobile (nel futuro prossimo guidata dall'intelligenza artificiale). La sua analisi critica, innovativa grazie soprattutto ai già adombrati concetti di scambio simbolico e di seduzione, intendeva smascherare l'ideologia del capitalismo del consumo (oggi sostituito dal capitalismo della sorveglianza).

Iniziava così il suo percorso di opposizione radicale non solo al consumismo, ma ai principi di Valore, Produzione e di Realtà stessa che, nelle opere successive, dichiarerà scomparsa e sostituita dalla simulazione. E simulacro è la parola chiave che sintetizza l'immensa mole delle sue opere successive, oltre 60 libri. Il simulacro, sinonimo di statua, significa anche "parvenza, immagine, rappresentazione esteriore, non rispondente alla realtà". Copia di copie di cui si è perso il referente originale. Come sta succedendo oggi con le manipolazioni digitali della realtà.

Questo saggio mette a confronto intuizioni e "profezie" di entrambi per contestualizzarle nel nostro presente e nell'immediato futuro digitali. Per McLuhan i media sono l'estensione dei nostri sensi, ma non della nostra intelligenza. Per Baudrillard quella artificiale, che ha chiamato telesensorialità, è la pretesa di trasformare tutta la realtà in "pura informazione".

Padova, giugno 2024

CAPITOLO I

ATTENTI A QUEI DUE!

Non è obbligatorio ricercare antecedenti per partecipare al dibattito sull'intelligenza artificiale, argomento su cui oggi straripano fiumi d'inchiostro e cavalcate di parole attraversano tutti i media, vecchi e nuovi. Ma, un saggio settoriale si distingue da un articolo divulgativo se radicalizza ciò di cui intende discutere. Metodologicamente corretto – insomma – andare alla radice della questione, proprio come si dice etimologicamente di un vocabolo. Se la materia è poi quella che riguarda tutti i sistemi artificiali in grado di *simulare* l'intelligenza, il linguaggio e il comportamento umani, conviene individuare i percorsi di pensiero del passato che possano facilitare la comprensione del presente e immaginare un possibile futuro. Fissando un punto di partenza magari arbitrario, ma che eviti il pericolo di una retrospettiva illimitata.

Al netto della storia degli *strumenti per comunicare* che l'uomo ha inventato fin dalla più remota antichità, propongo di poggiare le problematiche complessive della digitalità e dell'intelligenza artificiale sulle spalle di Marshall

McLuhan e Jean Baudrillard. Studiosi molto diversi fra loro sia come personalità che come formazione. Ma, occupandosi di media vecchi e nuovi, hanno inevitabilmente trattato argomenti sociologicamente comuni. Entrambi si propongono l'immodesta pretesa di demolire i miti della cultura di massa. Più pacata la pur severa critica di McLuhan, caratterizzata da una progressiva violenza teorica, quella di Baudrillard, che ha presto allargato l'approccio ai significati semiologici della comunicazione. Ho potuto verificare che troppi giovani non li conoscono e non hanno mai letto né *Strumenti del comunicare* né *Il sistema degli oggetti*. E molti docenti di scienze della comunicazione non ritengono necessario studiarli e farli studiare.

Per dirla alla maniera di Umberto Eco, il primo si potrebbe definire "iperintegrato", mentre il francese (anche) "apocalittico". Il percorso concettuale di McLuhan è stato sempre lineare nel solco di quello che definirei un umanismo tecnologico applicato a qualsiasi strumento, che per lui serve sempre e comunque per comunicare. Il "mezzo è il messaggio" perché il primo struttura la comunicazione del secondo e interferisce anche sui contenuti. Baudrillard parte dal discorso sugli oggetti che diventa subito il discorso *degli* oggetti. Il saggio d'esordio, *Il sistema degli oggetti*, è la sua tesi di dottorato discussa alla Sorbona davanti a una commissione comprendente nientemeno che Henri Lefebvre, Roland Barthes e Pierre Bourdieu, mostri sacri delle scienze umane soprattutto per quanto riguardava la critica della vita quotidiana nella società dei consumi (la tesi di dottorato di McLuhan a Cambridge nel 1943 fu sul *trivium*). Decisamente indisciplinato e trasversale il suo approccio, alimentato dalla riflessione sulla linguistica barthesiana e sull'economia generale di George Bataille, che più tardi

incroceranno anche la *patafisica* (la patafisica di Alfred Jarry si può definire un'ironica, surreale parodia della metafisica).

A dispetto delle differenze, li accomuna una metodologia di ricerca umile e artigianale: entrambi attingono molto alla pubblicità, decostruendo annunci commerciali e sfogliando cataloghi merceologici. Poiché quello della persuasione commerciale è argomento organico all'intero universo della digitalità, anticipo alcune considerazioni su cui tornerò più avanti. McLuhan e Baudrillard hanno parlato molto spesso, criticandola, della pubblicità. Entrambi hanno utilizzato come citazioni letterali vari annunci tratti da giornali e riviste. Ricordo – per inciso – che Umberto Eco ha dedicato un intero paragrafo de *La struttura assente* (saggio del 1968) all'analisi semiologica dei codici pubblicitari, “smontando” quelli che strutturavano gli annunci stampa del sapone Camay, della Volkswagen, del brodo Knorr, di un costume da bagno (sul cui marchio è stato stranamente reticente). Baudrillard mi confidò la sua ammirazione per Jacques Séguéla, il pubblicitario che fece da consulente a Mitterand e Eltsin, trattandoli *come prodotti commerciali*. Per il primo inventò il felice slogan “la force tranquille”. Su Eltsin scrisse un bizzarro *Eltsin lava più bianco*.

Per esemplificare la sua teoria della “logica di Babbo Natale”, che sarebbe poi quella della fede e della regressione del consumatore, indotte dall'istanza materna della pubblicità che lo gratifica come si fa con un bambino, Baudrillard analizza la campagna pubblicitaria di una poltrona. Propongo anch'io l'esempio di un oggetto domestico che ai tempi in cui Baudrillard scriveva *Il Sistema degli oggetti* non c'era ancora: il robot aspirapolvere. Faccio notare che cito un banner:

Il robot aspirapolvere Explorer Serie 60 è la tua arma segreta contro lo sporco! Con i suoi SOLI 6 cm di altezza può passare anche sotto i mobili bassi e le zone difficili da raggiungere combattendo gli allergeni della polvere senza fatica. Grazie al suo metodico sistema di movimento Smart Explorer 4.0 questo robot aspirapolvere copre l'intera casa con una precisione strabiliante. Dotato di sistema Aqua Force, lava e aspira il pavimento contemporaneamente, per un'azione 2 in 1 dai risultati impeccabili. E' intuitivo e facile da usare: collega l'app e invia i comandi al robot, in qualsiasi momento. Compatibile con gli assistenti vocali, per delegare con efficacia la pulizia domestica!

Nel messaggio non vi è più la retorica pubblicitaria della sollecitudine e del calore comunicativo che Baudrillard ri-allacciava giustamente all'antropologia del dono di Marcel Mauss. E non è più necessaria alcuna strategia di infantilizzazione. Insomma, possiamo archiviare il «sistema socio-ideologico degli oggetti e del consumo» in quanto il linguaggio pubblicitario di quello che per continuità con le precedenti fasi del consumismo e dell'iperconsumismo propongo di chiamare *consumismo digitale*, non ha più bisogno di manipolarci. Ci pensa un sistema ben più potente di quello "arcaico" della persuasione occulta. È quello dell'*economia dell'attenzione* – per dirla alla maniera del filosofo Eric Sadin, altro modo con cui possiamo chiamare il *capitalismo della sorveglianza* di cui parla la sociologa Shoshana Zuboff. Entrambi sono fra i comprimari di questo saggio.

La convinzione che non si possa parlare di digitalità e intelligenza artificiale senza partire da Marshall McLuhan e Jean Baudrillard comporta come corollario il riferimento a studiosi che ne condividono, ripropongono o aggiornano le teorie. Questo vale per chi riconosce esplicitamente il debito

concettuale nei confronti dei due, ma anche per chi ne è continuatore implicito o avaro di riconoscenza. E vale ovviamente anche per me. La rilettura critica di *Gli strumenti del comunicare* e di *Il sistema degli oggetti*, è anche un doveroso omaggio a due studiosi cui devo gran parte della mia competenza sociosemiotica in questioni di comunicazione.

Éric Sadin, Shoshana Zuboff e Pedro Domingos sono gli autori che ho scelto di citare per primi fra la copiosa bibliografia che risparmio al lettore. Cui lascio immaginare e magari verificare quanto si sta scrivendo e dicendo sulle nuove tecnologie che caratterizzano l'era attuale e la nostra quotidianità. Il primo è un filosofo francese la cui critica nei confronti del sistema tecnologico, politico ed economico ricorda molto da vicino la radicalità di Baudrillard, pur senza imitarne la violenza teorica. Il suo *Critica della ragione artificiale* è un testo leggibile come accusa all'antiumanesimo sotteso al pervasivo avanzamento dell'intelligenza artificiale.

Shoshana Zuboff è una sociologa statunitense che insegna alla Harvard Business School. Le sue ricerche hanno seguito il sorgere e gli sviluppi delle tecnologie digitali e le loro conseguenze sociali. È nota anche al di fuori della comunità scientifica per *Il capitalismo della sorveglianza*, ponderoso saggio in cui analizza gli scenari della postmodernità, aggiornando in modo efficace le tradizionali categorie della critica sociale marxiana. Pedro Domingos, docente di *computer science and engineering* all'università di Washington, autore di *L'algoritmo definitivo*, è un'indiscussa autorità nel campo dell'intelligenza artificiale e negli studi degli algoritmi di apprendimento automatico e adattivo, il *machine learning*.

In ogni caso, *Il capitalismo della sorveglianza*, *Critica della ragione artificiale*, *L'algoritmo definitivo* e tutti gli altri saggi con cui questo mio libro si confronta, ci aggiornano su un

futuro (immediato) che ha sempre meno bisogno di profezie, futurologia e fantascienza. Noi umani, che continuiamo ad apprendere, abbiamo insegnato a *imparare* a computer e robot. Fanno meglio di noi molte cose che non vogliamo più fare. Ma sempre più *senza* di noi, mentre noi non possiamo più fare a meno di loro. Diventano anche sempre più piccoli, economici e potenti, come conferma la legge di Moore sul raddoppio, ogni diciotto mesi, della complessità dei microcircuiti a parità di volume occupato.

È il caso – ad esempio – dello *smartphone*, figlio del cellulare e nipote del telefono, la cui potenza di elaborazione è centomila volte maggiore di quella del computer di bordo dell'Apollo 11, la missione spaziale che portò i primi uomini sulla Luna nel 1969. Autentica protesi uditiva e tattile di ciascuno di noi già da quando era un apparecchio elettromeccanico attaccato al muro di casa. Strano che Baudrillard non lo abbia compreso fra il sistema degli oggetti dell'ambiente domestico che ha analizzato con scrupolo sociosemiologico talvolta esasperato. In fin dei conti, al pari dell'automobile, anche il vecchio, nero oggetto di bachelite collegava il mondo domestico con il mondo esterno.

Del telefono, quello cellulare però, si è occupato il filosofo Maurizio Ferraris che ne ha addirittura fatto l'*ontologia*. Al “pronto chi parla?” di una volta si è aggiunto il “dove sei?” di oggi. Come dire che si è realizzata l'utopia dell'ubiquità. Comunicativa e virtuale, naturalmente. Lo incontreremo, assieme ad altri, più avanti. Ma per ben cominciare bisogna anzitutto prestare attenzione agli indiscussi protagonisti principali. Attenti dunque a quei due!

CAPITOLO II

MARSHAL MCLUHAN O DELLA COMUNICAZIONE

Il canadese McLuhan è nato nel 1911, Baudrillard nel 1929. Quando il primo moriva, nel 1979, il francese era già una star internazionale, consacrato da titoli come *Lo scambio simbolico e la morte* e il più accessibile *Della seduzione*. McLuhan è universalmente conosciuto come il padre della sociologia delle comunicazioni di massa e “profeta” dell’era dell’informazione. Più filosofo e critico letterario che sociologo, prima della laurea in letteratura inglese aveva conseguito quella in ingegneria. Una figura carismatica, destinatario di prestigiosi riconoscimenti e di un’inevitabile visibilità mediatica. Straordinario il cameo cui si presta in *Io e Annie*, un film del 1977 di Woody Allen, dove contesta ad un saccente professore della Columbia University, titolare del corso “Tv, Media e Cultura”, di citarlo a sproposito («Lei sostiene che ogni mia topica è utopica»). Di sicuro, comunque, McLuhan è stato spesso citato per interposta lettura, con scorciatoie che attingono alle sue efficaci, eleganti, stimolanti metafore.

La sintesi dei suoi interessi di studio e la sua produzione saggistica hanno prodotto un paradigma tecnico-umanistico che orienta ancora oggi qualsiasi ricerca sugli effetti psicologici e sociali delle comunicazioni di massa. Per comprendere meglio il pensiero di questo geniale, erudito canadese vale la pena di soffermarsi brevemente sulla sua biografia. Nasce a Edmonton nello stato di Alberta, in una famiglia anglicana, benestante e colta. Studia all'università di Manitoba, poi a Cambridge in Gran Bretagna, dove si laurea nel 1936. Da quello stesso anno comincerà a insegnare letteratura inglese in diverse università americane. Nel 1937 si converte al cattolicesimo, avvenimento intimo da segnalare in quanto Paolo VI lo nominerà responsabile della Pastorale sulla comunicazione. È stato anche consulente di Ford, General Electrics e Bell Atlantic.

I suoi libri testimoniano di una straordinaria erudizione che spazia dai classici greci e latini, a Shakespeare, fino alla... luce elettrica. Che per lui è «informazione allo stato puro» e un medium a tutti gli effetti. Concetto chiave. L'altro è quello di *estensione sensoriale*, cioè sinestesica, nonché psichica e sociale. McLuhan li spiega in *Understanding Media* a modo suo, citando *Romeo e Giulietta*, *Otello*, *Re Lear*, *Troilo e Cressida*. È sicuramente un brillante, spiritoso espediente argomentativo quello di paragonare la televisione alla luce che irrompe dalla finestra della giovane Capuleti. O di accusare la tv di produrre illusioni simili a quelle che tormentavano il moro al servizio di Venezia e il sovrano britannico. O proporre la tragedia nel contesto della guerra di Troia nientemeno come «studio psichico e sociale della comunicazione».

Anche gli altri suoi lavori, come *La sposa meccanica*, 1962, *La cultura come business*, 1977, *La città come aula*. Per

capire il linguaggio dei media, 1977, *Laws of Media* (coautore suo figlio Eric), 1988, *The Global Village*, 1989, sono caratterizzati da citazioni trasversali, a supporto del suo metodo di studio e ricerca, nonché all'ipotesi generale della centralità dei mezzi di comunicazione di massa (e non) nella storia della civiltà. Particolarmente quelli elettrici.

Nell'introduzione di *Understanding Media. The Extensions of Man* (che ci fa proprio *capire* i media) McLuhan rende bene l'idea di un lavoro teorico che analizza *tutti* i sistemi di comunicazione, a partire da quelli del passato, anche remoto. Chiarisce subito che l'elettricità ha posto fine alle "ere della meccanica", durante le quali il corpo umano si era *esteso*:

Dopo essere esploso per tremila anni con mezzi tecnologici frammentari e *puramente meccanici* [il corsivo è mio], il mondo occidentale è ormai entrato in una fase di implosione. Nelle ere della meccanica, avevamo operato un'estensione del nostro corpo in senso spaziale. Oggi, dopo oltre un secolo d'impiego tecnologico dell'elettricità, abbiamo esteso il nostro stesso sistema nervoso centrale in un abbraccio globale che, almeno per quanto concerne il nostro pianeta, abolisce tanto il tempo quanto lo spazio.

Con l'avvento dell'elettricità, il sistema nervoso dell'uomo e il sistema economico del mondo hanno intrapreso la via della globalizzazione.

In questo mio saggio mi soffermerò particolarmente sul rapporto fra elettricità e comunicazione, partendo dalle due felici metafore del geniale canadese, "Galassia Gutenberg" e "Galassia Marconi". Senza il riferimento a quest'ultima non è possibile parlare dell'attuale pervasiva costellazione di strumenti digitalizzati che hanno prodotto un'*infosfera* (copyright di Alvin Toffler o di Luciano

Floridi?) supportata dal sistema planetario della comunicazione di qualsiasi tipo di informazione, reperibile nei mass media classici o nel cyberspazio. Nell'infosfera la stessa nostra quotidianità si svolge nell'alternanza fra connessione online e disconnessione.

Per la verità, da sempre cultura, notizie, politica, intrattenimento, costituiscono un tutt'uno informativo. Solo che una volta veniva comunicato più lentamente e a poche persone. Oggi la comunicazione è più veloce, praticamente istantanea, pervasiva e di massa. Di conseguenza l'infosfera si configura come aggiornamento digitale del concetto di *noosfera* che il filosofo e teologo (in odore di panteismo) Pierre Teilhard de Chardin propose felicemente per indicare il sistema condiviso (oggi anche dai robot) dell'intelligenza (oggi anche artificiale) e della spiritualità (solo umana).

Ancor più felice e fecondo di coniugazioni teoriche è il concetto di *semiosfera* proposto nel 1985 da Jurij Michajlovič Lotman, che definiva la cultura come sistema di segni. La genericità di tale definizione si riduce considerando che lo scambio di informazione deve essere sempre dialogico e contestualizzato, per il semplice fatto che è costitutivamente asimmetrico: c'è chi sa (o crede di sapere) di più e chi ne sa meno. Il sistema che il geniale direttore della scuola semiotica di Tartu-Mosca chiama cultura è composto da una quantità praticamente illimitata di singoli segni. Lotman lo spiega così: «Se si mettono insieme più bistecche non si ottiene un vitello, mentre tagliando un vitello si possono avere bistecche». Il vitello è la semiosfera che potremmo anche chiamare *spazio semantico* o addirittura *Realtà*. Spazio semantico e Realtà che Baudrillard ha contestato e ridefinito (reinventato?) a