

RIZOSFERA

NEURO- PAESAGGI DIGITALI

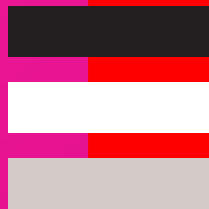
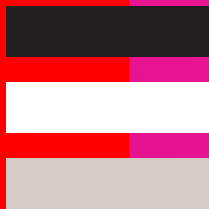
intervista a Tony D. Sampson

2.

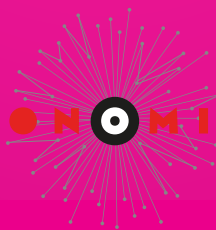


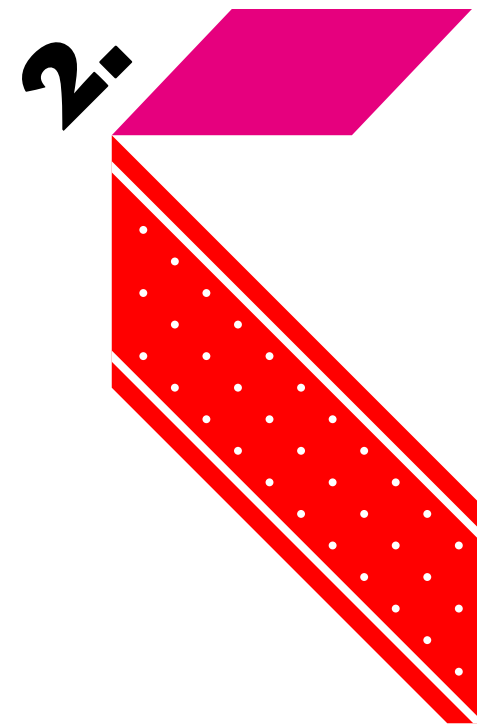
in appendice
TEORIA DEL CONTAGIO
OLTRE IL MICROBO

di Tony D. Sampson



RIZONOMIA





RZN002 ita



Collana: **Rizonomia**

Autore: **Rizosfera**

Neuro-paesaggi digitali

Intervista con Tony D. Sampson

Anti-copyright, Dicembre 2017, Rizosfera

Copyright altri testi presenti in questa edizione ::

Contagion Theory Beyond the Microbe, copyright by CTheory (2011)

http://ctheory.net/ctheory_wp/contagion-theory-beyond-the-microbe/

Tarde as Media Theorist, copyright by Theory, Culture and Society magazine (2013)

<https://www.theoryculturesociety.org/tarde-as-media-theorist-an-interview-with-tony-d-sampson-by-jussi-parikka/>

Digital Populism, anti-copyright by Obsolete Capitalism (2013)

<http://obsoletecapitalism.blogspot.it/2013/09/tony-d-sampsons-interview-on-crowd.html>

Crowds vs Publics, copyright di Rares Iordache (2014)

Traduzioni:

Alessandro Cattini, Paolo Davoli, Ettore Lancellotti, Letizia Rustichelli.

Autore: Rizosfera



Creative Commons 4.0

Attribution — You must give appropriate credit, provide a link to the license, and indicate if changes were made. You may do so in any reasonable manner, but not in any way that suggests the licensor endorses you or your use. No additional restrictions

<http://www.rizosfera.net>

La collana digitale «Rizonomia» si occupa di economia rizomatica, in quanto adotta la prospettiva dell'economia generalizzata elaborata dalla cultura anti-monocefala.

Uscite:

RZN001 :: PAOLO DAVOLI E LETIZIA RUSTICHELLI, **Marx, moneta e capitale.**
Intervista con Lapo Berti.

RZN002 :: RIZOSFERA, **Neuro-paesaggi digitali,**
Intervista con Tony D. Sampson

RZN003 :: DEMYSTIFICATION COMMITTEE, **The Offshore Economist**

RZN004 :: KYBERNETIKOS KOMMANDO, **Electro Bubble**

Indice

Introduzione

Neuro-paesaggi digitali. Intervista con Tony D. Sampson 11
di Rizosfera 13

Appendice - Testi

La teoria del contagio al di là del microbo 33
di Tony D. Sampson

'Tarde come teorico dei media': intervista con Tony D. Sampson 71
di Jussi Parikka

Masse, potere e post-democrazia nel XXI secolo 81
di Obsolete Capitalism

Folla contro pubblico, Ucraina contro Russia, la crisi di Gaza,
la teoria del contagio e *netica* – un dialogo con Tony D. Sampson 95
di Rares Iordache

Biografie 105

Introduzione di Rizosfera

Tony D. Sampson è un docente della University of East London che si occupa di new media, filosofia e cultura digitale. Lavora da sempre su un impervio crocevia non convenzionale dove l'analisi politica non si discosta mai dall'analisi teorica del mondo digitale, dai comportamenti sociali e dalla critica degli eventi che in questi anni hanno sistematicamente connotato la nostra società. Scrivendo su argomenti quali virus e la viralità della comunicazione, il contagio e l'imitazione comportamentale, il cervello e la neurocultura, cioè su quei segmenti altamente sensibili della nostra società nata dal connubio accelerato tra tecnologia e ideologia dei mercati manipolati dal valore e dal profitto, Tony D. Sampson riesce a cogliere con largo anticipo e con estrema lungimiranza alcuni dei temi dello scontro in atto tra controllo, tecnologia, società, e libertà individuali e di gruppo. Questo fa di lui, oltre che un brillante teorico dei nuovi media e della cultura digitale, un grande pensatore politico. Per questo motivo, l'esigenza di scandagliare con lui il suo ultimo libro 'The Assemblage Brain' (Minnesota Press, 2017) è urgente per capire quali sfide si aprono dinnanzi a noi nel prossimo futuro.

Neuro-paesaggi digitali

intervista a Tony D. Sampson

a cura di **Rizosfera**

1) *Partiamo dal tuo primo libro pubblicato nel 2009, **The Spam Book** da te curato in collaborazione con Jussi Parikka. Si tratta di una antologia che riunisce diversi autori che si cimentano, come recita il sottotitolo, con 'la faccia oscura della tecnologia'. Perché sentivi l'impellenza di indagare, al tuo debutto come autore e curatore, il lato malvagio della cultura digitale? Lo spam vissuto come intruso, eccesso, minaccia, anomalia - ma anche come opportunità. Lì incontri il virus, cioè il paradigma della 'devianza elettronica' che dal 2009 in poi, accompagna spesso il tuo itinerario di ricerca...*

Ricordo che io e Jussi immaginavamo, scherzando, *The Spam Book* come un'antitesi di *Road Ahead* di Bill Gates, ma la nostra prospettiva del lato oscuro non era tanto quella di un lato negativo e «malvagio». Ci siamo focalizzati su oggetti digitali che altrimenti erano oscurati dai discorsi sulla sicurezza e sul panico epidemiologico che li rendevano «malvagi». Dunque la nostra introduzione, in realtà, mirava a sfidare questa discorsività degli oggetti *malvagi*; questi sono oggetti anomali ed eventi che sembrano turbare le norme dei *network corporate*. Stavamo cercando anche di allontanarci dalla sintassi linguistica del virus biologico, che ha definito al tempo gran parte del dibattito sul contagio digitale, intrappolando l'anomalia digitale nella metafora biologica dell'epidemiologia e del neo-darwinismo. È qualcosa a cui

ho cercato di restare fedele in tutto quello che ho scritto in materia di virus, anche se in *The Spam Book*, per certi versi, abbiamo fatto ricorso comunque alla metafora biologica. Nonostante ciò, abbiamo cercato di capovolgerla, anziché porre l'accento sugli elementi più maligni (*spam*, *virus* e *worm*) come minacce anomale, abbiamo guardato alla topologia virale delle reti in termini di *horror* autodistruttivo o di autoimmunità. In altre parole, è la stessa rete concepita per condividere informazioni a diventare un vettore di contagio autodistruttivo. Ma, al di là di questo, l'anomalia è anche costitutiva della cultura delle reti. Per esempio, il virus informatico stabilisce cosa si può e non si può fare su una rete. In un testo successivo abbiamo anche affrontato i modi in cui la scrittura di *spam* e *virus* aveva condizionato le pratiche di *marketing online*.¹ In questo contesto eravamo interessati al potenziale di una topologia virale dell'incidente.² *Digital Contagions* di Jussi Parikka si rifaceva al rovesciamento effettuato da Paul Virilio della binarietà implicita di materia e incidente;³ mentre io mi occupavo, in un articolo su *Transformations*, di topologia degli incidenti.⁴

1 Tony D Sampson and Jussi Parikka, "Learning from Network Dysfunctionality: Accidents, Enterprise I and Small Worlds of Infection" in *The Blackwell Companion to New Media Dynamics*, Hartley, Burgess and Bruns (eds.), Wiley-Blackwell, 2012.

2 La «teoria dell'incidente» è stata elaborata dal pensatore della dromologia e della logistica della percezione, Paul Virilio. Egli vede l'incidente come un «meteorite frattale» il cui impatto nel nostro mondo - al quale appartiene come paesaggio potenziale - è preparato nell'oscuro intervallo tra essenza tecnologica ed evento catastrofico (*The Original Accident*, Polity, 2007).

3 La «teoria dell'incidente» di Virilio è stata utilizzata in vari modi sia da Sampson che da Parikka. In "Digital Contagions" Parikka prende in esame il «rovesciamento» della teoria dell'essenza/accidente di Aristotele proposto da Virilio, il quale offre, come alternativa concettuale, il binomio di materia/incidente.

4 Tony D. Sampson: "The Accidental Topology of Digital Culture: How the Network Becomes Viral." *Transformations* no. 14, 2007. Si può consultare l'articolo a questo indirizzo web: http://www.transformationsjournal.org/wp-content/uploads/2017/01/Sampson_Transformations14.pdf

Entrambi stavamo tentando di prendere le distanze dai principali schieramenti sorti all'interno del dibattito - per esempio: le meraviglie della condivisione *online* contro i rischi degli *spam* - e volgere invece la nostra attenzione alla capacità vettoriale delle reti digitali in cui prosperavano vari incidenti.⁵

- 2) Il 2012 è l'anno di pubblicazione di *Virality, Contagion Theory in the Age of Networks*. Si tratta di un libro importante, non solo per te come autore, ma per tutti noi perché aiuta a focalizzare dal punto di vista filosofico, sociologico e politico, con l'aiuto di Tarde e Deleuze, la viralità come teoria sociale nel nuovo dominio digitale. Dal virus, come oggetto di ricerca, all'azione virale, cioè la diffusione come capacità del sociale, nell'era delle reti, di produrre e subire affetti, fino al contagio come teoria ipnotica di comportamenti collettivi. Riguardo al fenomeno virale intensivo, e al relativo controllo del contagio, che tipo di movimento, o scambio, possiamo ipotizzare si svolga tra le reti e i soggetti?

Prima di rispondere nello specifico a queste domande, occorre che sottolinei quanto importante è stato Tarde per questo libro. Anche le teorie di Deleuze e Guattari vengono lette attraverso il loro omaggio a Tarde. La sua teoria del contagio mi ha aiutato ad evitare metafore di carattere biologico, come il meme, che vengono discorsivamente applicate in contesti non-biologici. Ma ancor più cruciale è il modo in cui egli apre uno spazio critico in cui la separazione tra natura e cultura può collassare.

Dunque per rispondere alla vostra domanda sul campo digitale e sul controllo, occorre considerare che Tarde concepiva il con-

5 Il virus del computer, per Sampson e Parikka, è dunque un incidente già presente nel «sistema», in attesa di attivarsi.

tagio come incidente. Nonostante esso sia l'elemento principale che dà vita alla socialità, a tal punto che anche quando cerchiamo di andare controcorrente rimaniamo comunque in un certo senso prodotti dell'imitazione, Tarde non offre molte speranze riguardo ai modi in cui questi contagi possono essere controllati o contenuti. Egli cita brevemente lo sviluppo o il nutrimento dell'imitazione, ma non sviluppa l'argomento. Tuttavia, *Virality* arricchisce il pensiero di Tarde con la teoria delle affetti (alcuni lo ritengono infatti un teorico degli affetti *ante litteram*), addizione che produce diversi effetti. Quando noi aggiungiamo alla sua nozione di folla i concetti di atmosfere affettive – che comprendono il ruolo dell'umore, dei sentimenti e delle emozioni, e la capacità di preparare il terreno e far maturare un impeto d'animo – vediamo allora emergere un nuovo tipo di potere nella dinamica del contagio.

Se da una parte non dobbiamo perdere di vista l'«incidente» di Tarde, dall'altra dobbiamo anche rilevare che un contagio affettivo imprevedibile possa essere attivato al fine di ottenere un certo effetto. Detto brutalmente, non possiamo causare viralità o avviarla semplicemente premendo un pulsante, ma la possiamo perturbare o spingere verso potenziali stati di divenire vettoriali. Questo mostra come piccoli cambiamenti possano diventare grandi mutamenti; per esempio, il modo in cui la produzione di un certo stato d'animo può eventualmente territorializzare un network. In ogni caso, ogni eccesso contagioso potenziale è un ritornello, che potrebbe collassare in qualsiasi momento in una imprevedibile via di fuga.

La svolta affettiva, sebbene abbia consentito nuove prospettive critiche su come le cose si potrebbero diffondere in rete, ha viceversa fatto emergere venditori digitali e strateghi politici che attuano strategie di *emotional branding* e *marketing* esperienziale

- e dunque sono particolarmente attenti agli stati d'animo degli utenti. L'intera economia dei “like” dei social media è progettata, ovviamente, sulle emozioni. L'esperimento di contagio emotivo condotto immoralmente da Facebook nel 2014 è un esempio di quanto possano arrivare lontano questi tentativi di indirizzare gli «incidenti» del contagio.⁶

3) *Nel 2017, a cinque anni di distanza da Virality, esce The Assemblage Brain, giusto all'alba di un nuovo cambio paradigmatico in politica. Abbiamo infatti avuto negli Stati Uniti - presi come benchmark dello sviluppo attuale delle élite occidentali e come metafora stessa del potere - il passaggio dalla presidenza di Obama a quella di Trump: ambedue hanno utilizzato i network per diffondere il proprio messaggio politico lontano dalla tradizione, utilizzando ciò che tu hai chiamato 'political unconscious'. Dal tuo punto di vista di studioso del contagio e dell'utilizzo politico dei network che lezioni ne trai?*

Nel Regno Unito stiamo ancora discutendo su quale tipo di distopia stiamo vivendo: *1984* di Orwell, o *Il nuovo mondo* di Huxley? Quindi è buffo che qualcuno abbia definito il mio libro come un romanzo distopico. “Sicuramente tutte queste cose terribili non sono ancora successe, no?” “È solo un monito su dove potremmo finire in futuro.” Non ne sono così sicuro. Cito alcuni romanzi che hanno ispirato la società del controllo di Deleuze, ma per molti versi credo di aver sottovalutato quanto le cose siano davvero peggiorate.

6 Riferimento all'articolo “*Experimental evidence of massive-scale emotional contagion through social networks*” di Adam D.I. Kramer, Jamie E. Guillory e Jeffrey T. Hancock pubblicato nel giugno 2014 sul sito web di PNAS, Proceedings of the National Academy of Sciences of the U.S.A. Tale studio ha causato polemiche a non finire poiché ottenuto su dati personali di utenti Facebook a loro insaputa. La ricerca mira a dimostrare che il contagio emotivo avviene anche in assenza di comportamenti non verbali, con il solo puro linguaggio scritto. L'articolo è consultabile al seguente indirizzo web: <http://www.pnas.org/content/111/24/8788>.

È un panorama complesso, ma stanno emergendo alcune trame familiari. Lo spostamento populista delle masse verso destra è stato in parte visto come una reazione di classe alle vecchie élite neoliberali e alla loro economia contraddistinta da bassi salari e da grandi ricchezze per pochi. Abbiamo sperimentato questa ricaduta anche qui nel Regno Unito con la Brexit. Alcuni elementi della classe operaia sembravano tifare con veemenza per Farage. La Brexit è stata, forse, un efficace virus fabbricato sull'emozionalità. Sicuramente ha scatenato un certo tipo di incoscienza politica, andando ad attingere ad un orribile mix di nazionalismo e razzismo sotto quello che sembrava uno slogan emancipante, anche se in ultima analisi si è rivelato oppressivo: *“Riprendiamoci il nostro paese”*. Infatti, i dati mostrano che sui social media sono stati condivisi molti più messaggi per il *“Leave”* che per il *“Remain”*.

Tuttavia, quelli che si sono affrettati a scaricare la colpa su una classe operaia bianca sonnambula che si sarebbe coalizzata contro l'élite neoliberale, hanno interpretato male ciò che è successo. La Brexit ha rappresentato un'ampia attrattiva emotiva per tutti quei nazionalisti delusi, appartenenti a qualsiasi classe sociale, che temevano che il paese avesse perso la sua identità a causa del libero movimento di persone. Questa accelerazione verso destra è stata, ovviamente, manovrata dai raggiri di una sospetta coalizione globale di politici fascisti e capitalisti – élite come Farage, Johnson e Gove qui, e gli «zucconi» di Trump negli USA.

Cosa possiamo imparare dal ruolo che i media digitali hanno giocato in questo raggio? Stiamo già capendo molto sull'azione delle *filter bubbles* che propagano queste suggestioni tendenziose – *fake news* comprese. Dobbiamo prestare maggiore attenzione anche a ciò che riguarda le tecniche di condizionamento dei comportamenti sviluppati dalla Cambridge Analytica e ai

network di destra che connettono tale minacciosa coalizione globale al miliardario americano Robert Mercer. Evidentemente, chi afferma che l'analisi comportamentale di dati personali raccolti attraverso i social media possa portare alla manipolazione di massa, probabilmente esagera; tuttavia, queste manipolazioni potrebbero influenzare in modo ridotto e mirato, e portare a qualcosa di più grande. I teorici digitali dovrebbero concentrarsi anche sull'efficacia del supporto che Trump dà ai *bot* di Twitter, e agli effetti che egli genera con la sua rozza schiettezza da troll senza filtro.

Tuttavia non possiamo ignorare gli «incidenti» di tale influenza. Mi sto chiedendo ultimamente se stiamo assistendo a una svolta negli eventi. Certamente qui nel Regno Unito, dopo le elezioni politiche, UKIP appare come una forza politica esausta, almeno per ora. Il BNP, il partito nazionalista inglese, è collassato. I Tories ne escono estremamente indeboliti. Se da un lato non possiamo ignorare l'aumento del numero di crimini d'odio estremi commessi da simpatizzanti dell'estrema destra, dall'altro lato, nonostante si fosse sull'orlo della disperazione e molti sentissero un dolore insopportabile, c'è di nuovo speranza. *“Riprendiamoci il nostro paese”* è stato sostituito dal nuovo speranzoso tormentone *“Oh Jeremy Corbyn!”*.

Si possono fare alcuni paragoni con l'inaspettata vittoria elettorale di Obama. Una buona parte dell'affetto per Obama nacque da piccoli *post* emotivi sui *social media*. Analogamente, la recente carriera politica di Corbyn è emersa da una serie di eventi quasi accidentali, a partire dalla sua elezione come leader del partito, fino all'ultimo risultato elettorale. L'opinione pubblica, che prima era inconsciamente e masochisticamente a favore dell'austerità, ora gli si è rivolta contro. L'incendio shock della Grenfell Tower pare aver avuto sulla *austerità* dei conservatori lo stesso impatto che l'uragano Katrina ebbe sul poco empatico G.W. Bush.

È interessante come la campagna di Corbyn sia riuscita a cavalcare l'onda dell'opinione dei *social media* con alcuni messaggi edificanti e positivi costruiti su idee programmatiche, al contrario dell'allarmismo della destra. I Tories hanno speso un milione di sterline in pubblicità negativa su Facebook, mentre il Labour si concentrava sul produrre video positivi, motivanti e condivisibili. Lo slancio è poi arrivato anche da programmatori, designer, ingegneri UI/UX che lavoravano su *app*; loro hanno galvanizzato il supporto sul campo.

4) *Veniamo ora al tuo ultimo libro The Assemblage Brain. Prima ancora di partire con le domande specifiche, vorremmo chiederti che cos'è per te la neurocultura. Dato che è evidente che tu non affronti la neurocultura - o almeno non solo - dal punto di vista biologico, o psicologico, o - cosa abbastanza comune negli ultimi anni - da quello dell'economia e del marketing. Che approccio hai dunque usato per definire e delineare la neurocultura, e in particolare ciò che tu chiami neurocapitalismo?*

L'idea su cui si fonda il libro viene principalmente dalle critiche alle citazioni estemporanee dei neuroni specchio già presenti in *Virality*. Sia Tarde che Deleuze si sono confrontati approfonditamente con le scienze neurali, e io ho seguito la stessa traiettoria trans-disciplinare. Tuttavia, questo confronto con la scienza non si presenta senza problemi. Così ho trascorso un po' di tempo a pensare come il mio lavoro si potesse legare alla scienza, così come all'arte. C'erano delle contraddizioni da conciliare. Da una parte, avevo seguito la neuro-traiettoria di Deleuze, ma dall'altra, il pensatore critico che è in me non era a suo agio a causa del ruolo che la scienza gioca nei circuiti culturali del capitalismo. Non scenderò troppo nel dettaglio, ma il libro comincia considerando quello che sembra un ritorno sui propri passi

di Deleuze e Guattari nel loro canto del cigno *Cos'è la filosofia?* In breve, come sostiene Stengers, la filosofia della contaminazione nei loro lavori iniziali viene verosimilmente sostituita da un annuncio quasi biblico: "*non mischiarti!*" Ma sembra che la ricomparsa di confini disciplinari aiuti noi a comprendere meglio come superare le diverse enunciazioni della filosofia, della scienza e dell'arte, e infine produrre, con il metodo dell'interferenza, un tipo di filosofia, di scienza e di arte non localizzate.

Cos'è la Filosofia? di Deleuze e Guattari è principalmente un'opera sull'incontro tra cervello e caos. È un resoconto contro-fenomenologico alla Whitehead di come il cervello metta in discussione tutta la nozione di materia e di cosa nasca da lì. Penso che il tema del libro ci rimandi anche al Bergson anti-locazionista di *Materia e Memoria*. Pertanto, in parte, *The Assemblage Brain* è un libro di neuro-filosofia. Esplora la tesi del cervello emozionale e la natura profondamente ecologica della *creazione di senso* non-cognitiva. La prima parte, però, traccia una traiettoria neuro-politica del controllo che lega le neuroscienze al capitalismo, particolarmente evidente nella svolta emotiva che vediamo nella gestione del lavoro digitale e nelle nuove tecniche di marketing, così come nel ruolo dei prodotti neuro-farmaceutici nel controllo dell'attenzione.

Si può quindi dire che il neuro-capitalismo è iniziato con l'annuncio di G.W. Bush relativo agli anni novanta come decennio del cervello (*Decade of the Brain*). Da quel momento, gli investimenti del governo e delle industrie nelle neuroscienze hanno ecceduto quelli nella genetica e si sono diffusi in ogni sorta di applicazione commerciale. Ora, è proprio sul lato "scientifico" della formazione discorsiva delle neuroscienze, che dobbiamo concentrarci.⁷

⁷ L'oggetto del «sapere» delle neuroscienze è il cervello. "*Le formazioni discorsive sono insieme eterogenei, composti di concetti, valutazioni, procedure d'osservazione,*

Ma come procedere? Dovremmo analizzare questo discorso? Certamente il problema con l'analisi dei discorsi è che essa stronca frettolosamente la scienza, accusandola di fabbricare fatti concreti a partire dai risultati ipotetici della sperimentazione, anziché cercare di comprendere le implicazioni della sperimentazione stessa. Per sfidare il neuro-capitalismo, a mio parere, dobbiamo prendere sul serio sia la sperimentazione concreta che quella ipotetica. Invece di concentrarci troppo sul creare una distanza critica, dobbiamo chiederci che cosa la scienza stia cercando di rendere funzionale. Per esempio, la teoria critica deve relazionarsi con la neuro-economia e con le successive affermazioni che sono state fatte sul ruolo che le neuro-sostanze hanno nella relazione tra emozione e scelta, tra dipendenza e uso della tecnologia, e tra attenzione e consumo. Essa deve anche mettere in discussione l'estensione con la quale la svolta emozionale nelle neuroscienze è stata integrata nei circuiti culturali del capitalismo. Occorre che la teoria critica si domandi perché i neuroscienziati, come Damasio, vengano pagati per fare discorsi di apertura alle conferenze di neuromarketing!

5) *Ancora Spinoza: dopo "Che cosa può un virus?" - in Virality - sei passato a "Che cosa può un cervello?" in Assemblage Brain. Ci puoi raccontare il tuo passaggio d'interesse dal virus al cervello e, allo stesso tempo, cosa ti permette di raggiungere, all'interno del tuo itinerario di ricerca, l'interrogativo di Spinoza: Che cosa*

modalità d'enunciazione, regole giuridiche, prescrizioni amministrative, che permettono di costruire l'oggetto di un sapere - la follia nel caso della psichiatria, la delinquenza nel caso della giurisdizione penale, la malattia nel caso della medicina clinica - e di individuare un dispositivo istituzionale - il manicomio per i malati mentali, la prigione per i delinquenti, l'ospedale per i corpi malati - all'interno del quale l'oggetto del sapere diventa anche l'oggetto di una prassi determinata, regolare." Michel Foucault, Archeologia del sapere, voce a cura di Clemens Haerle : http://www.studiculturali.it/dizionario/lemmi/archeologia_del_sapere_b.html .

può un corpo? Quale potenziale creativo attribuisce al cervello ? E quali 'incidenti nascosti nel cervello stesso' - per usare la prospettiva di Virilio - risiedono nel tuo domandare Che cosa si può fare a un cervello? in quanto pericolo insito nella sostanza neurale applicata allo sviluppo tecnologico? La linea del fronte sembra passare oggi nella zona cerebrale dell'individuo e nei processi di soggettivazione sottoposti a un diagramma regolante di tipo neurale...

Si, la seconda parte del libro si concentra sul potenziale liberatorio di ecologie legate all'attività neurale. Non intendo solamente la plasticità del cervello. Non sono così convinto dall'idea di Malabou che possiamo liberare il cervello arrivando a conoscerne il potenziale plastico.⁸ Questo fa senz'altro la sua parte, ma rischiamo di trasferire semplicemente la sovranità del sé alla sovranità del sé sinaptico. Sono meno interessato al senso della personalità derivata linguisticamente che troviamo qui, in cui ci si aspetta che il simbolico ci possa spiegare chi siamo (il sé che dice "io"). Sono più interessato all'avvertimento di Malabou che la plasticità del cervello rischi di essere presa in ostaggio dalle nozioni neoliberali di flessibilità del lavoratore individualizzate.⁹ Il testo di John Protevi, ispirato a Spinoza, riguardante le adunate naziste di Norimberga, acquista maggiore importanza in questo libro.¹⁰ Esistono diversi tipi di potere sensoriale che producono sia dei seguaci del nazismo ancor più passivi e sonnambuli, sia un potenziale collettivo incline all'azione antifascista. Entrambi agiscono su una popolazione tramite registri affettivi, che non

⁸ Catherine Malabou: *What Should We Do with Our Brains?*, FUP, 2008.

⁹ *Qui il riferimento è alle plasticità mentali responsabili della «multiprocessualità», cioè la capacità di svolgere più compiti e funzioni contemporaneamente. La flessibilità neurale, vista dalla prospettiva neo-liberista, viene schematizzata come l'insieme delle abilità del lavoratore sfruttabili esclusivamente a fini commerciali.*

¹⁰ John Protevi: *Political Affect: Connecting the Social and the Somatic*, UMP, 2009.

sono necessariamente positivi o negativi, ma sono piuttosto stimoli sensoriali che producono certi stati d'animo. Dunque, Protevi trae utilmente spunto dalla neuroscienza sociale di Gilles Deleuze e Bruce Wexler per sostenere che la soggettività sia sempre costruita (o in divenire) in modi profondamente razionali. Attraverso la nostra relazione con chi si prende cura di noi, per esempio, possiamo vedere come la soggettività sia una produzione multipla, mai scontata – piuttosto una proto-soggettività in formazione. Infatti, la cura in sé, è un'azione estremamente sensoriale e relazionale. Il problema è che l'educazione dei nostri sensi avviene in sistemi sempre più caratterizzati dal disinteresse; da Norimberga all'Era dell'Austerità. E non si tratta solo di paura. I nazisti si focalizzano sulla gioia e sul piacere (*Freude*) che agiscono sullo stato d'animo di una popolazione; questa azione produce sentimenti razzisti e un senso di superiorità sufficienti a preparare la guerra e l'Olocausto. Il capitalismo, analogamente, agisce per pacificare i consumatori e i lavoratori; agisce per mantenere “*tutti felici nel presente*”, malgrado la pulsione inconscia, l'obsolescenza e lo spreco, nonché il disinteresse verso il degrado ambientale. Invece, in condizioni estreme, nei campi di concentramento nazisti, coloro che provavano empatia erano quelli che avevano più probabilità di morire. I sentimenti erano completamente azzerati. Nei casi citati, ritroviamo sempre questi sistemi di potere che agiscono contro ogni attenzione e cura: in essi ogni volta viene negata la capacità collettiva di accedere al potere. Nonostante ciò, i cervelli sono profondamente ecologici. In momenti di estrema privazione sensoriale, essi cominciano a creare immagini e suoni. Un cervello socialmente isolato ne immagina altri. In questo contesto, è interessante come Wexler ci riporti alla crucialità di relazioni imitative. Ancora una volta, troviamo qui una relazione imitativa che ignora il senso linguistico di una personalità interiore (una relazione di interiorità) e punta invece a comprendere il senso relazionandosi con l'ester-

no. Senza dover ricorrere ai neuroni specchio, mi sembra che ci sia un'argomentazione forte in favore dell'imitazione, sotto forma di relazione affettiva, che può funzionare su entrambi i versanti dei registri affettivi di Spinoza.

6) *Parliamo ora di Controllo specializzato e neurofeedback. Il neuro-soggetto come schiavo futuro dal comportamento sedato. È possibile addestrare, o comunque correggere, il cervello? Ritorniamo di nuovo alla diade politica e neurocultura. È paradossale quanto l'amministrazione Trump sia già organicamente neuro-politica. La Neurocore, ad esempio, è un'azienda di Betsy DeVos, ministra dell'istruzione nella nuova amministrazione Trump. È specializzata in neuro-feedback, una tecnica in cui una persona impara a modulare, e dunque a controllare, funzioni cerebrali interne, o esterne, come alcune interfacce cervello-computer. Neurocore afferma che è in grado di manipolare positivamente gli impulsi elettrici delle onde cerebrali. Cosa ci possiamo aspettare dalla ricerca di benessere mentale attraverso il neurofeedback e/o dalla manipolazione cerebrale auto-regolata o digitalmente auto-potenziata, in politica e nella società più in generale?*

Certamente le affermazioni fatte da queste aziende che si occupano di addestramento del cervello sono solo neuro-speculazioni che fanno leva sull'effetto novità e che cercano il successo negli affari. Sono imprenditori a caccia di soldi. Tuttavia ritengo che questo focus sul ADHD (Disturbo da Iperattività e Deficit di Attenzione) sia interessante; risponde anche alla domanda precedente rispetto all'essere neuro-tipici. Neurocore, come altre imprese simili, afferma di essere in grado di trattare i vari sintomi del disturbo dell'attenzione applicando la neuroscienza. Ciò significa fare una diagnosi attraverso un EEG (elettroencefa-

logramma) – ossia guardando alle onde cerebrali associate con l’attenzione, o la disattenzione – e poi l’applicazione di tecniche di neurofeedback non invasive, piuttosto che intervenire con dei farmaci. Attraverso la stimolazione di certe onde cerebrali potrebbe essere possibile produrre un certo grado di cambiamento comportamentale, analogamente a quello che hanno fatto Pavlov o Skinner. Ma a parte queste rivendicazioni specifiche, c’è una relazione generale e politica tra gli ambienti sensoriali del capitalismo e certi stati somatico-cerebrali.¹¹ Credo che queste relazioni siano cruciali per comprendere la natura paradossale e distopica del neuro-capitalismo. Per esempio, molti ritengono che l’ADHD sia legato ad un malfunzionamento dei recettori della dopamina e che possa essere diagnosticato attraverso certe onde cerebrali (esiste negli USA una diagnosi attraverso EEG certificata dalla FDA, US Food and Drug Administration), ma la condizione stessa è un mix paradossale di attenzione e disattenzione. Da un lato, le persone con ADHD sono distratte da ciò a cui neuro-tipicamente ci si aspetta facciano attenzione, come la scuola, il lavoro, pagare le bollette, ecc. e, dall’altro lato, sono super-attente alle cose che vengono ritenute distrazioni, come i videogiochi e altre ossessioni, su cui loro trascorrono una quantità di tempo sproporzionata. Qui c’è un chiaro tentativo di manipolare certi tipi di attenzione attraverso modi diversi di stimolazione sensoriale. Tuttavia, ciò che è neuro-tipico a scuola, sembra contrastare con ciò che è neuro-tipico in un centro commerciale. Disattenzione, distrazione, disorganizzazione, impulsività e irrequietezza sembrano essere prerequisiti comportamentali dell’iper-consumo. Non sorprenda dunque che ADHD, OCD e la demenza diventino parte della strumentazione del neuro-venditore; in altre parole, il consumatore viene modellato da una

¹¹ Qui il riferimento è a quegli ambienti sensoriali determinati dall’uso pervasivo dei media digitali (telefonia mobile, circuiti di giochi computerizzati, le tecnologie «portatili») che creano l’intrattenimento ritmato del cervello.

serie di patologie neurologiche e diventa il consumatore sbadato, la cui attenzione viene sempre messa alla prova, e i cui slanci compulsivi risultano essenziali per sviluppare un’ossessione per i marchi (*brand obsession*). Tutto questo si collega alla tesi di Deleuze sulla *società del Controllo*, alla sua identificazione del marketing come il nuovo nemico, e della potenziale infiltrazione di neuro-farmaci e onde cerebrali come la nuova frontiera del controllo. Nel libro cerco di risalire alle origini della tesi della *società del Controllo*, che si può ritrovare chiaramente nelle distopie di Burroughs - e implicitamente in Huxley. Si può rintracciare un evidente scambio paradossale tra libertà e schiavitù, gioiosa imposizione e oppressione. In breve, le distopie più efficaci sono sempre quelle travestite da utopie.

7) *Che cos’è allora il cervello «concatenato»? Convochi al capezzale di questo cervello del futuro una precisa linea di pensiero che tocca Bergson, Tarde, Deleuze, Guattari, Whitehead, Ruyer e Simondon. A un certo punto scrivi ‘ogni cosa è in potenza un «divenire cervello»...’ Perché? E che tipo di interferenze invochi contro il modello cibernetico della mente che sembra oggi prevalente?*¹²

Sebbene non menzioni molto Whitehead nel libro, credo che la sua idea di una teoria della natura non biforcata, sia il punto di partenza per il cervello «concatenato». Certamente, quando arrivo a discutere *La Piegia* di Deleuze, Whitehead è presente in tutto tranne che nel nome. C’è questa bellissima citazione che ho utilizzato in un recente articolo che illustra alla perfezione

¹² L’«*assemblage brain*» di Tony D. Sampson si oppone concettualmente al modello del «cibernetico brain» proposto da W. Ross Ashby già negli anni ’50 del Novecento (“Design for a Brain”, 1952, e “Introduction to Cybernetics”, 1956). Quest’ultimo sostiene che il cervello sia un complesso sistema cibernetico che si comporta nell’ambiente circostante in base ai principi di autoregolazione degli omeostati. Si veda a questo proposito il libro di Roberto Terrosi, “Teologia materialista”, Castelvecchi, 1997.

quello che voglio dire:

*Noi non possiamo determinare con quali molecole il cervello comincia e il resto del corpo finisce. Inoltre, non sappiamo con quali molecole il corpo termina e il mondo esterno comincia. La verità è che il cervello forma un continuum con il corpo, e il corpo con il resto del mondo naturale. L'esperienza umana è un atto di auto-origine che comprende la natura intera ed è limitato alla prospettiva di una regione focale collocata all'interno del corpo, ma che non persiste nel coordinarsi in maniera rigida con una parte definita del cervello.*¹³

Ciò cattura la posizione anti-locazionista del libro, che si schiera contro una serie di posizioni locazioniste nella neuro-cultura che spaziano dalla cosiddetta frenologia da fMRI (Risonanza Magnetica Funzionale) alla neuro-filosofia del platonico Tunnel dell'Ego elaborato da Metzinger.¹⁴ Il modello cibernetico del *dar senso* è un modello locazionista in grande stile.¹⁵ Il cervello cognitivo è un computer che immagazzina rappresentazioni in un modello mentale che sembra aleggiare al di sopra della materia, comunicando con il mondo esterno attraverso processori interni che codificano e decodificano informazioni. Anche quando queste informazioni diventano ampiamente diffuse nelle reti esterne, il modello del cervello non cambia, poiché incontriamo le stesse

13 Whitehead citato in Dewey, J. "The Philosophy of Whitehead" in Schilpp, P.A. (ed.) *The Philosophy 2 of Alfred North Whitehead*. Tutor Publishing Company, New York, 1951.

14 Thomas Metzinger: *The Ego Tunnel: The Science of Mind and the Myth of the Self*, Basic Books, 2009; *Becoming No One: The Self-Model Theory of Subjectivity* (MIT Press, 2004).

15 "Le teorie locazioniste sono teorie neurobiologiche che hanno tentato di dimostrare come specifiche attività intellettive siano riferibili a particolari «locazioni», cioè porzioni del sistema corticale, o a un particolare emisfero. In questo ambito - a partire dagli studi di F.J. Gall fino a quelli di K. Wernicke e P.P. Broca - la neurobiologia ha conseguito notevoli successi nel corso degli ultimi decenni, portando a piena maturazione l'approccio riduzionista ai problemi della cognizione" (tratto da "Manuale di pedagogia e didattica" a cura di F.P. Minerva e F. Frabboni, Laterza, 2013).

proprietà interne¹⁶ in questa assurda nozione di un mega-cervello, o intelligenza collettiva.¹⁷ Troviamo un grande antidoto alla concezione del mega-cervello nella monadologia sociale di Tarde, ma è Deleuze in *La Piega* che sconvolge in modo brillante l'intera idea che l'esterno non è nulla di più che un'immagine archiviata dell'interno, poiché l'interno non è altro che una piega dell'esterno.

Per controbattere ancor di più queste prospettive locazioniste sul *dar senso* – le limitazioni della regione focale di Whitehead – occorre ripensare la questione della materia e cosa derivi da essa. Per esempio, l'uso che Deleuze fa di Ruyer produce l'idea che tutto sia potenzialmente *divenire* cervello. Esistono perciò micro-cervelli dappertutto nel concatenamento non biforcuto di Whitehead – per esempio, il calore del sole percepito dalla società di molecole che compone una roccia.

C'è qui una evidente questione politica. L'esempio dell'ADHD che ho menzionato, è una strategia locazionista. Essa argomenta infatti che le nostre risposte alle sollecitazioni e alle problematiche sperimentate nel mondo di oggi, possono essere fatte risalire a un problema che inizia all'interno della nostra mente. Al

16 L'autore si riferisce alle proprietà interne del (mega)cervello così come sono tratteggiate dalle posizioni neuro-filosofiche locazioniste. Da queste si inferisce che il cervello è in relazione (in senso genetico) con il suo ambiente, creando così una «relazione di interiorità», cioè una proprietà interna dello stesso. Mentre Sampson teorizza che il cervello abbia una «relazione di esteriorità», posizione concettuale legata alla teoria del concatenamento di Manuel DeLanda, alla teoria degli affetti di Spinoza e alla filosofia dell'evento di Deleuze.

17 L'intelligenza collettiva a cui si riferisce l'autore riguarda l'asse concettuale che da Durkheim, passa per Pierre Levy e arriva fino al modello cibernetico del cervello delle moderne scienze cognitive. In particolare, Tony Sampson si situa all'opposto dell'asse durkheimiano, dentro a un paradigma culturale alternativo, in cui l'intelligenza collettiva è anche *non conscia, imprevedibile*, legata alla forza imponderabile dell'affetto e dell'evento. Paradigma che attiva la filosofia di Spinoza, la micro-sociologia di Tarde e il pensiero affermativo di Deleuze.

contrario, è nel relazionarci con i sistemi dell'indifferenza che riscontriamo il problema!

8) *Dichiari il problema della coppia mente/cervello irrisolvibile. Contro la ratio che la nostra cultura alloca nel concetto scientifico di «mente», opponi la materialità caotica del «cervello». Scrivi che il 'cervello è il caos che continua a sfidare la scienza' (pg. 195). È questa via di fuga irriducibile del caos - che tu hai metaforizzato nella «fuga di Huxley dalla caverna di Platone» - che ti fa preferire il crepuscolare Che cos'è la filosofia di Deleuze e Guattari come libro di riferimento filosofico piuttosto che il loro Mille Piani, libro dove pure è esposta la teoria del concatenamento a cui fa riferimento il titolo del tuo libro?*

Si, in *La Piega* non c'è distinzione tra mente e cervello, ma un incontro tra materia e caos, da cui *Cos'è la filosofia* procede. È il cervello che ritorna, il punto di scambio per l'espressività del caos – il “punto focale” dell'evento percettivo di Whitehead. Come sostiene Stenger, il cervello è un mero punto di appoggio della percezione, non un punto di comando! Tale concezione della natura evidentemente perseguita l'approccio cognitivo delle neuroscienze che cercano, attraverso la neuro-estetica, per esempio, di localizzare il concetto di bellezza nel cervello. Potremmo anche essere in grado di tracciare una particolare sensazione in un luogo del cervello, per esempio pizzicando un baffo di un topo affinché corrisponda ad un luogo del cervello, ma le neurocorrelazioni tra queste sensazioni ed il concetto di bellezza sono drasticamente equivocate come fossero un viaggio dalla materia al mentale o dalla materia alla memoria.

Credo che la metafora della fuga «acida» di Huxley dalla caverna di Platone, che contrasta il viaggio «oppiaceo» di De Quincey verso la prigione del sé, aiuti ad esplorare in modo vagamente ironico la differenza tra relazioni di interiorità ed esteriorità, o

tra tunnel e piega. Il punto sta nel paragonare il bisogno di De Quincey di scappare dal mondo crudele che egli ha sperimentato nella prima età industriale, nascondendosi dentro il suo mondo magico generato dagli oppiacei, con l'esperienza dell'esistenza indotta dalle droghe psichedeliche assunte da Huxley. Quest'ultimo stava senz'altro leggendo Bergson, quando ha scritto *Le Porte della Percezione*. Credo che stesse cercando delle strade per aggirare il tipo di percezione esperita nel viaggio dalla materia al mentale. Provo a concludere in modo poetico: mentre De Quincey si nasconde nel suo tunnel, Huxley è là fuori nella piega non biforcata.

9) *Un'ultima domanda su quel futuro prossimo che già prefigura l'oggi. È possibile pensare a ciò che può un incontro tra virus e cervello? Quali effetti, non solo biologici ed etici, ma sociali, filosofici e politici, si possono palesare quando vengono inoculati appositamente dei virus nel tessuto cerebrale umano, come accade per esempio negli organoidi derivati da cellule coltivate nei laboratori di ricerca? Crescere un cervello dagli embrioni e poi sperimentare senza confini su di esso, modificando la sua crescita: l'induzione neurale non può portare ad una nuova soglia critica dello zoon politikon? Né macchina, né uomo, né cyborg, ma unicamente sintetiche micro-masse cerebrali portatili. Ci stiamo avvicinando a grandi falcate al tempo della bio-inorganica, a ciò che Deleuze definì nel libro su Foucault, l'uomo-silicio, l'uomo inorganico che nasce là dove regna il silicio?*

Un modo per rispondere a questa affascinante domanda potrebbe essere quello di paragonare, di nuovo, la neuro-etica di Metzinger, con l'etica de *La Piega* di Deleuze. Da un lato, c'è il diritto umano all'uso delle neuro-tecnologie e degli psicostimolanti farmaceutici per arrabattarsi con il tunnel dell'Ego. Sono

questi tipi di esperienze extrasensoriali che Metzinger sostiene ci libereranno dal nostro senso virtuale del sé, permettendoci di guardare dentro di noi, e vedere oltre l'illusione del cervello della grotta platonica. L'etica de *La Piegia*, invece, suggerisce una relazione ecologica più «liscia» e non biforcata politicamente, tra la materia organica ed inorganica. L'incubo delle micro-masse indossabili che voi nominate, risiederebbe più realisticamente, credo, nel primo caso. Infettati da questo virus, non solo guarderemo dentro a noi stessi, ma forse diffonderemo la politica dell'Antropocene anche oltre, nel mondo inorganico. Per molti versi, non abbiamo già questo virus in testa, guardando alle rovine capitaliste in cui viviamo ora? In realtà, non è l'umanità già un virus di per sé? Certamente la nostra mancanza di empatia per il pianeta che contaminiamo è scioccante. Essere *dentro la piega* mi rende molto più ottimista poiché, anche se siamo ancora *animali politici* e combattiamo nell'Antropocene, se rimaniamo più vicini alla natura – cioè nella decomposizione consequenziale della materia contaminata – possiamo dividerne la sofferenza. Siamo già in questa situazione. Stiamo vivendo, già adesso, nelle prime rovine della materia inorganica e organica, eppure crediamo di poter essere superiori a tutto ciò. Ma perfino gli *Ego Tunnel* come Trump, si troveranno alla fine a marcire tra le rovine.

La Teoria del Contagio al di là del Microbo

Tony D. Sampson @ CTheory, 2011

INTRODUZIONE: QUATTRO INTERVENTI

“Collegati a Internet o visita una libreria islamica militante e nel giro di pochi minuti troverai, in CD, deliranti sermoni e DVD, ispirazione sufficiente per un centinaio di attentati suicidi. Vortica nel mondo islamico come espressione di collera contro l'Occidente per l'invasione dell'Iraq, per il supporto a Israele, e per il dominio Occidentale sull'economia mondiale... Soltanto quando la vasta maggioranza delle società musulmane rispettose della legge rigetterà il virus culturale rappresentato dagli attentati suicidi, e cesserà di celebrarlo, questa piaga si estinguerà”¹⁸

In questa cosiddetta era delle reti la comunicazione umana è, a quanto sembra, sempre più ridefinita come un virus mediatico. Nella retorica militare dell'ex agente della CIA, Robert Baer, è difficile distinguere fra il mezzo di comunicazione e il virus. La rete di informazione più grande di tutte, Internet, è diventata parte di un “virus mortale” che, come afferma Baer, diffonde radicalismo in lungo e in largo, per mezzo di una alquanto misteriosa connessione “ispiratrice” con le società che infetta. Persino i vecchi modi di fare comunicazione stanno diventando una parte integrante di questa vorticante ecologia mediatica virale.

¹⁸ Robert Baer, *This Deadly Virus*, The Observer, August 7th, 2005.

Le spaventose analogie biologiche e le metafore mediche che Baer, e gli altri promotori della *Guerra al Terrore* prontamente sfruttano, sono parte di un molto più ampio e potenzialmente controverso paradigma sociale epidemiologico. Nel campo della sicurezza informatica, per esempio, esiste un'analogia (e interconnessa) *Guerra ai Virus*, che ha trasformato Internet in un'infrastruttura di rete immunologica, la quale definisce gran parte di ciò che si può, e non si può, fare online.¹⁹

Tuttavia, è importante sapere che non tutti i virus mediatici fanno affidamento sulla paura e sull'ansia. Nei contesti del marketing dedicato alle reti digitali, i meme e gli elementi virali sono il top di gamma. Il successo dei video di *YouTube* e i social game di *Facebook* sono valutati, per esempio, in termini di viralità basata su incontri gioiosi, che sconfinano talvolta in un coinvolgimento ossessivo e compulsivo. In realtà, gli studiosi e i commercianti della rete affermano di aver imparato la lezione dall'osservazione dei virus biologici e digitali: lezione che, alcuni sostengono, andrebbe al di là di nessi meramente analogici o metaforici, e mostrerebbe nuovi modelli universali di influenza sociale contagiosa, e di umore infettabile del consumatore.²⁰ Evidentemente, per la teoria della comunicazione il problema è come approcciarsi alle molte dimensioni del virus mediatico globale. Nonostante possa sembrare lampante, la sua viralità manca di sostanza. È come un rumore che contamina, senza pregiudizio, gli opposti binari del modello di comunicazione stabilito. Nell'era della reti, mittenti e destinatari, informazione e significato, sono tutti suscettibili al contagio.

Di recente, però, nella teoria delle reti, la nozione di *contagio microbico* ha offerto una fresca alternativa alla consolidata teoria

della comunicazione, soprattutto se si pensa che il microbo non umano sia sinonimo della rete in cui gli esseri umani si connettono. È certamente il microbo che connette i centri nodali individuali della rete, trasformandoli in un corpo sociale collettivo.²¹ Tuttavia, il problema è che il microbo potrebbe non essere sufficiente per comprendere a fondo la viralità della comunicazione. Di certo ha molto in comune con il virus mortale di Baer, nella misura in cui fa affidamento a una indistinta e controversa analogia biologica, per spiegare come la viralità non umana sia connessa a un mezzo di comunicazione sociale profondamente umano.

Questo saggio presenta quattro interventi, i quali intendono reindirizzare la speculazione teoretica lontano dai discorsi di tipo medico che sorreggono la teoria microbica del contagio.²² Sebbene apparentemente distinto dagli altri, ogni intervento intende sondare l'artificio analogico tra l'umano e il non umano, mediante una concezione monadologica tardeana della "forma sociale", composta da vettori emotivi e da incontri contagiosi affettivi. Il primo intervento si occupa di cosa sia ciò che si propaga attraverso i mezzi di comunicazione sociali infettabili. In questo caso, sia il rifiuto di Gabriel Tarde di separare analiticamente il campo psicologico e biologico dal più ampio mondo fisico-sociale (del quale entrambi fanno parte), sia una più recente concezione neurologica dell'inconscio politico, contribuiscono insieme a mettere in evidenza l'importanza che i sentimenti condivisi hanno nel determinare l'influenza sociale. Eppure, nonostante il *sentire paura* sembri essere endemico rispetto alle recenti contaminazioni, politicamente indotte, del popolo, vi sono altri

21 Eugene Thacker, *Cryptobiologies*, ArtNodes, 6 November 2006.

22 Questo articolo è basato su una precedente risposta alla posizione espressa da Eugene Thacker nel testo presentato alla conferenza tenutasi a Cambridge nel marzo del 2010, *Exploring New Configurations of Network Politics*. Vedi il testo di Eugene Thacker, "On the Horror of Living Networks," pubblicato sul sito della conferenza: <http://www.networkpolitics.org/request-for-comments/dr-thackers-position-paper>

19 Jussi Parikka, *Digital Contagions*, Peter Land, 2007.

20 Clive Thompson, *Is the Tipping Point Toast?*, Fast Company Magazine, February 1st, 2008.

affetti molto sottovalutati, come l'amore, che sono ugualmente infettive. In secondo luogo, il saggio affronta il pensiero deterministico, che sembra rimarcare interpretazioni decisamente meccanicistiche di ciò che si propaga. Questo è tanto evidente nel focus analogico su microbi e meme, quanto nella tendenza, riscontrabile nella teoria delle reti, di assegnare la facoltà di agire a una coscienza sociale collettiva emergente.

Il terzo intervento mette in discussione la validità della rete in quanto diagramma epidemiologico appropriato, poiché è chiaro che la sua standardizzazione spaziale tramite nodi e archi tenda a congelare la temporalità degli eventi epidemici e degli incidenti. Ritengo questo un problema "diagrammatico" centrale nella teoria del contagio, cui ci si può avvicinare di nuovo in modo interessante tramite le intuizioni di Tarde sulla crisi economica e sulla cultura della celebrità. Infine, il saggio si concentra su una peculiare traiettoria del pensiero di Tarde, evidente nell'impresa commerciale capitalistica contemporanea, la quale sembra pronta a sfruttare l'umore del consumatore, a manovrare le sue intenzioni, prendendo di mira l'assorbimento neurologico, prevalentemente inconscio, dei contagi affettivi umani e non umani.

Questi quattro interventi attingono a una risurrezione delle teorie del contagio di massa che risalgono al tardo diciannovesimo secolo. Questo revival non è esente da problemi, a causa dell'idea negativa che esso associa a collettività, conformità, obbedienza e vulnerabilità sociali. Tuttavia, a differenza dell'estremo conservatorismo del suo contemporaneo, Gustave Le Bon, Tarde trasmise, in una serie di pubblicazioni, un diagramma epidemiologico che probabilmente fornisce una concezione della relazione sociale molto più chiara, al di fuori delle riduttive limitazioni dell'organica categoria sociale; e allo stesso tempo indaga l'ar-

tificio che separa i fenomeni biologici e psicologici dalla teoria sociale.²³ In questi testi, Tarde diede avvio a un approccio che sarebbe arrivato a influenzare in modo decisivo Gilles Deleuze e Bruno Latour, tra gli altri. Ma, come intendo mostrare nel mio lavoro, egli è molto più di una nota a piè di pagina per le teorie del concatenamento (Assemblage Theory) e dell'attore-rete (Actor-network Theory).

1. CHE COSA SI PROPAGA?

Sentire paura

Sebbene ponga il contagio microbico come una questione nettamente non umana, Eugene Thacker suggerisce un'intrigante e forse deliberatamente indistinta relazione umana con esso, nella misura in cui egli attira la nostra attenzione su come "noi umani" *ci sentiamo* riguardo al diventare infetti.²⁴ La più chiara di queste sensazioni è scatenata dal nostro incontro contagioso con il microbo, che tende a "suscitare" emozioni negative come "paura" e "ansia".²⁵ Come Thacker sembra inferire, il contagio viene generalmente compreso all'interno di un paradigma discorsivo medico, come un orrendo conflitto tra l'agire umano e l'agire non umano.

Il contagio e l'infezione sono più di un meccanismo di riconoscimento di antigeni e di reazione di anticorpi; essi sono, come ci dicono i nostri libri di testo, vere e proprie "guerre" e "invasioni" con-

²³ Gustave Le Bon, *The Crowd: A Study of the Popular Mind* (New York, Dover, 2002); Gabriel Tarde, *Social Laws: An Outline of Sociology*, trad. H.C. Warren (New York, London, Macmillan, 1899), Gabriel Tarde, *The Laws of Imitation*, trad. E.C. Parsons (New York, Henry Holt and Company, 1903); e Gabriel Tarde, *Psychologie Économique*, (Paris, Bibliothèque de Philosophie Contemporaine, 1903). Parte del testo *Psychologie Économique* è tradotta da Alberto Toscano in *Economy and Society*, issue 36 no. 4, November, 2007.

²⁴ Eugene Thacker, *Exploring New Configurations of Network Politics*.

²⁵ *Ibid.*

*tinuamente combattute sulle linee di battaglia del corpo umano.*²⁶

Queste sono paure e ansie indotte, sembrerebbe, da un senso di invasività di ciò che si propaga, al di là delle linee di battaglia, in contesti non-biologici. Segno della reminiscenza, forse, delle prime osservazioni di Michel Foucault riguardo a come lo spazio di pestilenze ed epidemie (come la lebbra) aprì nuovi territori disciplinari, che in seguito avrebbero escluso il non umano dal mondo umano,²⁷ l'attuale esercizio del biopotere sembra far progredire il potere epidemiologico discorsivo verso nuovi e ancora inesplorati angoli della cartografia sociale. Sicuramente le risposte emotive a queste indesiderate incursioni da parte del microbo vengono sfruttate sempre di più dai difensori della sovranità della rete – in particolare mediante la retorica usata per descrivere la minaccia posta dai virus culturali e biologici della cellula terroristica.

C'è in gioco, come Thacker argomenta altrove, una “zona di indistinzione” agambeniana, o un *continuum* biopolitico, nella retorica della *Guerra al Terrore*, che eccezionalmente fonde il linguaggio usato per descrivere il terrorista con quello usato per descrivere il virus microbico.²⁸ Ma forse non c'è niente di nuovo nella creazione di un tale mito. È certamente un pilastro centrale di una più antica critica ideologica che riconosce come la cultura sia spesso strategicamente tramutata in natura.²⁹ Malgrado ciò, queste trasmissioni di paura e ansia sono adeguatamente spiegate da un modello semiotico di comunicazione, così com'è basato sulla diffusione di false credenze evocate da immagini, parole e idee? In che modo questo vecchio approccio, che in

²⁶ *Ibid.*

²⁷ Michel Foucault, *Madness and Civilization: A History of Sanity in the Age of Reason* (London, Routledge, 1989), pg. 3.

²⁸ Come afferma Thacker, “nulla è più eccezionale dell'incapacità di distinguere tra epidemia e guerra, tra malattia infettiva emergente e bioterrorismo”. Eugene Thacker, “Living Dead Networks,” *Fibreculture: Internet Theory, Criticism, Research* 4 (2005). http://journal.fibreculture.org/issue4/issue4_thacker.html

²⁹ Roland Barthes, *S/Z* (London, Cape, 1974).

effetti divide cultura e natura, rende conto di un'intrinseca vulnerabilità sociale alla suggestione, oltre ad adottare un confuso stato di falsa coscienza? Sembrerebbe che l'apertura emotiva alle ripetitive e sempre convergenti trasmissioni di dichiarazioni di questo tipo ecceda le mere produzioni ideologiche del mito. Infatti, la credenza (e come essa possa propagarsi) non dovrebbe essere riconsiderata, *prima delle idee*, come la causa di risposte perlopiù inconsapevoli e inconscie dirette a scatenare profonde e solide paure, ansie, nonché panico e insicurezza? Non è questa una contaminazione neurologica che espone la mente a un intero spettro (pauroso e gioioso) di incontri affettivi che annunciano l'idea?

Al fine di riflettere ulteriormente sulle qualità affettive e contagiose di ciò che si propaga, voglio brevemente introdurre tre pensatori, che aiutano a inquadrare un'alternativa ai modelli ideologici di trasmissione. Il primo, George Lakoff, (scienziato cognitivo) focalizza la sua attenzione su una concezione neurologica di come ci si possa inserire nella mente politica e attivarla. Il secondo, Teresa Brennan, presenta una teoria della trasmissione affettiva che ripensa la relazione tra cultura e natura, rimuovendo il pretesto del divario che le separa, e si concentra invece su un *punto di intersezione*, nel quale si incontrano ciò in cui ci si imbatte sul piano sociale e ciò a cui si risponde sul piano biologico. Infine, mi volgerò alla teoria del contagio sociale di Tarde, risalente al tardo diciannovesimo secolo, che similmente colloca la condizione umana da qualche parte fra la volizione ponderata, le abitudini meccaniche indotte biologicamente e l'auto-propagazione di desideri e invenzione sociale. Significativamente, tutti e tre sono difensori di un concetto di soggettività sociale non chiusa o autosufficiente, ma al contrario, aperta alla contagiosa suggestione dell'Altro.

Un inconscio neurologico

Per iniziare, voglio fare un cenno alla concezione neurologica di George Lakoff, relativa a una mente politica perlopiù inconscia. Lakoff descrive una mente resa vulnerabile alla manipolazione politica esterna grazie al ricorso a marcatori emotivi, che possono innescare sensazioni (incluse quelle relative alle infezioni) già contenute negli intrecci neurologici, o in ciò che egli chiama le *strutture metaforiche* della mente.³⁰ Seguendo il celebrato lavoro che il neuroscienziato Antonio Damasio ha svolto a metà degli anni Novanta, e dunque "accogliendo" la recente ipotesi dei neuroni specchio,³¹ Lakoff fa notare la capacità di assorbimento dei *marcatori somatici*, i quali possono essere attivati con insistenza, così da provocare i giusti sentimenti ed emozioni, quasi a comando.³² Si possono citare a titolo di esempio, i video, ampiamente riproposti dopo l'11/09, delle Torri Gemelle che cadono, in cui l'articolazione ritmica di parole quali "Islam" ed "estremismo" evoca paura nei circuiti neuronali di una mente che *empatizza* (condivide il sentimento) con ciò che incontra tramite il suo sistema sensoriale.³³

Per comprendere pienamente come l'inconscio neurologico potrebbe funzionare, dobbiamo prima di tutto capire l'argomento anti-Kantiano (e Cartesiano) di Damasio, secondo cui il nostro ragionare e i nostri processi decisionali non sono così puramente cognitivi quanto noi potremmo pensare. Infatti, l'ipotesi dei marcatori somatici di Damasio afferma persuasivamente che "*le emozioni e i sentimenti potrebbero non essere per nulla degli intrusi nel bastione della ragione; anzi, potrebbero essere invischiati nelle sue reti.*"³⁴

30 George Lakoff, *The Political Mind: Why You Can't Understand 21st-Century American Politics with an 18th-Century Brain* (New York, Viking, 2008).

31 *Ibid.*, pg. 39-40.

32 *Ibid.*, pg. 28.

33 *Ibid.*, pg. 41.

34 Antonio Damasio, *Descartes' Error: Emotion, Reason, and the Human Brain*, (London,

In secondo luogo, secondo la neuroscienza, la nostra concezione di come i sentimenti vengono trasmessi non ha più bisogno di essere informata da una imperscrutabile trasmissione empatica. La localizzazione dei cosiddetti neuroni specchio, presumibilmente, mette in evidenza i processi cerebrali che stanno dietro la condivisione dei sentimenti e dell'umore. Si dice che i neuroni specchio siano l'equivalente della comunicazione *wireless* da uomo a uomo, e che siano collegati alle innate relazioni umane imitative che hanno luogo tra bambini e adulti.³⁵

È la volatilità porosa della mente politica, permeabile alle sensazioni e alle suggestioni altrui (da vicino oppure mediate sulla distanza), che conduce a un'importante domanda per la teoria del contagio: *riguardo a ciò che si propaga, non è ciò che "sentiamo" il contagio più efficace di tutti?* Se le cose stanno così, allora l'incontro contagioso non viene spiegato esclusivamente dall'unica mescolanza di termini linguistici, strategicamente relativi all'umano, con invasivi mondi non umani, ma, al contrario, rivela un punto di intersezione multisensoriale, *un intervallo*, fra quelli che sono stati tradizionalmente considerati da gran parte del mondo accademico come domini sociali e biologici separati. Probabilmente, a differenza degli orrori della metafora microbiologica, questa forza dell'incontro contagioso non è per nulla biologicamente determinata. La propagazione della paura è invece un miscuglio di fenomeni sociali affettivi e risposte biologiche congenite che si attivano e si adattano gli uni gli altri.

Vintage, 2006), xxii.

35 I neuroni specchio si trovano in una area del cervello chiamata f5, che funziona in risposta agli affetti degli altri. I neuroni specchio si attivano più efficacemente negli incontri di persona, quando c'è un bisogno di comprensione, o quando c'è una lettura intuitiva delle intenzioni degli altri. Sono più di quanti ne siano necessari per riconoscere un volto. Da un lato, ci guidano verso una copia automatica delle emozioni come la gioia, la tristezza, o lo stress. Dall'altro, si attivano quando si evita il contatto visivo, come nel caso di bugie, o quando si interrompono i segnali emotivi stabili a causa di sorpresa, shock, o fraintendimento. Si veda Barbara Maria Stafford, *Echo Objects: The Cognitive Work of Images* (Chicago, University of Chicago Press), pg. 75-81.

Come minimo, questo ricorso alle neuroscienze cognitive potrebbe aiutare a fornire un processo più comprensibile, grazie a cui umani *infettabili* incontrano gli orrori “viventi” del mondo microbiologico. La teoria della comunicazione dovrebbe, in ogni caso, fare molta attenzione a una simile concentrazione neurologica, evidente nella psicologia politica, nel marketing, e nel design del prodotto, ambiti in cui il *priming* affettivo dell’esperienza sta rapidamente diventando endemico, per lo studio delle influenze sociali e dei metodi di persuasione. Di conseguenza, si ritiene che ciò che si propaga passi inconsciamente, attraverso la pelle, dentro le viscere dell’esperienza umana, manovrando il comportamento automatico, prima di spostarsi *in alto*, verso la mente cosciente riflessiva e il senso di volizione. La strategica coincidenza tra l’attentatore epidemico e il terrorista suicida può ancora essere compresa, come suggerisce Thacker, “nei modi innovativi” che gli esseri umani hanno sviluppato per “vivere attraverso i microbi”. Assistiamo a un processo che inizia, per la maggior parte, da un incontro contaminante con un evento. In questo incontro è la manifestazione di affetti che si muovono verso l’alto e che attivano sentimenti inconsci di orrore, prima di incrociarsi con i flussi diretti verso *il basso* di un circuito neurale carico di contenuti biografici ed emozionali manipolabili.

È questo circuito apparentemente preconfezionato, e tuttavia permeabile e adattabile, ad essere intercettato dagli strateghi della politica, sostiene Lakoff; cosicché, per esempio, la ripetizione delle immagini e dei discorsi riguardanti la *Guerra al Terrore* rafforza e attiva legami neurologici negativi e conservativi, piuttosto che agire per mettere alla prova e cambiare il modo di pensare delle persone. Significativamente, per Lakoff, l’idea che la mente politica sia così apertamente vulnerabile alla suggestione (e potenzialmente incline a trasmettere queste suggestioni attraverso i trasporti neuronali) è in grado di confrontarsi con

l’irremovibile artificio eretto e sorretto dai medesimi estimatori dell’Illuminismo identificati da Damasio: una brusca separazione tra le esperienze somatiche e le connessioni evolutive congenite di una mente autosufficiente e razionale. Ma come afferma il sottotitolo della tesi di Lakoff sulla mente politica, “non si può capire la politica americana del ventunesimo secolo con un cervello ancorato al diciottesimo secolo”. Sembrerebbe che l’artificio illuminista tra emozioni contaminanti e ragion pura si disintegri nel punto in cui si incontrano ciò che è socialmente implicato e ciò cui si risponde biologicamente: *un incontro tra flussi di affetti controcorrente e risposte biologiche dirette verso il basso*.

La trasmissione del contagio affettivo

Nella sua analisi del declino della teoria della folla del XIX secolo, Teresa Brennan nota le infauste implicazioni di ciò che l’ha rimpiazzata. La svolta cognitiva del ventesimo secolo non solo ri-focalizzò l’indagine sulla mente razionale di un individuo autosufficiente, ma divise tra loro le spiegazioni, biologiche e sociologiche, dell’interazione sociale collettiva.³⁶ La teoria dell’individuo autosufficiente mette in rilievo che è una cognizione evolutiva congenita e cosciente a determinare l’azione umana, piuttosto che fenomeni naturali, come le emozioni, i sentimenti e gli affetti. Per Brennan, tuttavia, ciò che si propaga (l’affetto) rovescia una così cruda dicotomia, mettendo l’incontro sociale significativamente prima dell’adattamento biologico. Nonostante il diffuso “*pregiudizio riguardante il biologico e il sociale*” e “*la credenza nella autosufficienza [di un soggetto]*” che ha ossessionato l’interesse dei primi studiosi della società, per scoprire come le collettività reagiscono le une nei confronti delle altre, Brennan sostiene che il biologico e il sociale siano irrevocabilmente fusi

³⁶ Teresa Brennan, *The Transmission of Affect* (Ithaca, London, Cornell University Press, 2004), pg. 62-63.

insieme.³⁷ Il contagio è dunque “*un semplice trasporto di affetti*”, percepito da individui permeabili all’interno di certi ambienti, e di altre atmosfere affettive di incontro.³⁸ Brennan paragona il contagio al trascinarsi, in quanto gli affetti di una persona possono contaminare un’altra, tirando o spingendo in ritmica sincronia. È importante notare che la trasmissione affettiva non ha origine nelle trasmissioni biologicamente congenite dell’individuo. Sicuramente il poroso sé non ha nulla a che fare con l’ego autoriflessivo (che pensa solo a sé stesso).³⁹ Al contrario, il trasporto affettivo è sempre, fin dal principio, *sociale*. Ma questo incontro non è sociale nel senso del termine accettato dalle categorizzazioni sociologiche dominanti. L’incontro avviene nello spazio dell’atmosfera affettiva, e può, in quanto tale, propagarsi da persona a persona, entrando sotto la pelle e *violando* le pulsioni evolutive.

Amore virale

È importante, allora, che l’intensità biopolitica di ciò che si propaga attraverso le atmosfere affettive non sia limitata a trasmissioni negative di paura. È necessario considerare una valenza molto più ampia della viralità che contamina l’umore sociale.⁴⁰ L’amore - o l’amore virale, come propongo in questo testo - potrebbe persino essere ritenuto più contagioso della paura. Come Brennan asserisce, l’amore come affetto è molto diverso dagli affetti negativi che richiedono un mezzo di trasmissione indipendente. L’amore, al contrario, è sia affetto che mezzo attraverso cui l’affetto si propaga.⁴¹ L’amore virale è in questo senso

³⁷ *Ibid.*, pg. 49.

³⁸ *ibidem*.

³⁹ Come Deleuze afferma, è meglio non confondere l’affezione con tali fantasie. Gilles Deleuze, *Two Regimes of Madness: Texts and Interviews 1975-1995*, (New York, Semiotext(e)), pg. 102.

⁴⁰ Tony D Sampson, *Virality: Contagion Theory in the Age of Networks* (Minneapolis, University of Minnesota Press, 2012).

⁴¹ *Teresa Brennan*, pg. 32.

sia virus che ambiente virale, avviluppati in un unico spazio di trasmissione.

Che l’amore virale sia o meno, nella realtà, un contaminante più potente della paura non è qui davvero il punto cruciale, ma, in quanto concetto, unisce proficuamente le nozioni di inconsapevolezza neurologica e contagio affettivo con la teoria del contagio seminale, ideata da Tarde alla fine dell’Ottocento. Come Tarde sosteneva, la più ingegnosa e potente delle strategie politiche fa appello non soltanto alla paura, ma anche al desiderio d’amare ed essere amati a nostra volta, e alla possibilità di trasmettere contagiosamente quegli amorevoli sentimenti perché altri li imitino. Secondo Tarde, è il “*potere della credenza e del desiderio*”, dell’amore e della fiducia del sonnambulo sociale (soggetto sociale neurologicamente inconsapevole per eccellenza) che produce “*obbedienza e imitazione*”.⁴² In altre parole, il sonnambulo soccombe ai richiami emozionali esercitati sulla sua percezione del fascino, dell’attrazione, dell’interesse e dell’assimilazione, e a una tendenza a lasciarsi distrarre dalla vivacità dell’ambiente in cui si trova. L’amore virale potrebbe essere paragonato benissimo, in quanto tale, a una contagiosa nevrosi sociale, o a un disturbo da deficit di attenzione collettiva, ma non è temuto come una malattia microbica. Nonostante sia per la maggior parte inconsapevole dei propri affetti, il sonnambulo non viene controllato o spaventato dalle epidemie di paura fino alla sottomissione, ma si lascia coinvolgere volentieri dalla fiducia e dalla speranza che gli ispira il suo gioioso e ipnotico incontro con l’amore.⁴³ L’obbedienza sociale allora è parzialmente diretta da “*un consumo inaudito d’amore e di amore insoddisfatto nei suoi confronti*”.⁴⁴ Signi-

⁴² Gabriel Tarde, *The Laws of Imitation*, trans. E.C. Parsons (New York, Henry Holt and Company, 1903), pg. 80.

⁴³ Tarde scrive: “[È] un grave errore affermare che le popolazioni sono controllate unicamente dalla paura ... [Nonostante] le frequenti epidemie di panico, la speranza cattura sicuramente di più del terrore”. *Ibid.*, pg.196.

⁴⁴ *Ibid.*,pg. 202.

ficativamente, Tarde afferma che questi investimenti nell'amore effettuati da istituzioni di potere religiose e politiche, soddisfano un "persistente bisogno di essere amati e ammirati", che richiede l'innalzamento di "volta in volta... di nuovi idoli".⁴⁵

Dunque, chi sono i nuovi idoli dell'amore virale sulla scena politica contemporanea? Al contrario dei contagi microbici dell'amministrazione di GW Bush e del suo appello all'inconscio politico realizzato per mezzo dei canali freddi e impassibili di consiglieri come Cheney e dell'allarmismo tramite paura di Rumsfeld, Lakoff nota come la campagna della speranza e di cambiamento di Obama sia riuscita a inserirsi enfaticamente nelle emozioni infettabili di molti elettori statunitensi. Questo è stato di certo un contagio che ha beneficiato dell'era delle reti. Fin dall'inizio, il team a capo della campagna elettorale di Obama ha fatto il miglior utilizzo possibile delle profonde peculiarità delle applicazioni del Web 2.0, per propagare attivismo attraverso incontri gioiosi, vissuti principalmente a distanza. Su Facebook potevi diventare amico di Obama (uno dei quasi 9.5 milioni). Potevi scoprire che amava "il basket, scrivere, passare tempo con le figlie" e quale fosse la sua musica, i suoi libri e i suoi programmi televisivi preferiti. Tuttavia, è l'utilizzo che il team di Obama ha fatto di Flickr in attesa delle elezioni ad illustrare al meglio la viralità empatica dell'amore politico.⁴⁶ Esso ha segnalato l'intenzione del nuovo presidente di evitare la formalità e il distacco di Cheney e Rumsfeld, e di intercettare invece, attraverso queste reti, i flussi affettivi di quegli elettori disillusi da GW Bush. Obama è un potente oratore che sa servirsi di abilità retoriche vecchie quanto Aristotele - e non dovrebbero mai essere sottovalutate - ma le fotografie personali della sua famiglia alla vigilia della sua elezione, cariche emotivamente di significato, si sono propagate at-

⁴⁵ *ibidem*.

⁴⁶ Le immagini di Obama sono archiviate qui: <http://flickr.com/photos/barackobamadotcom/sets/72157608716313371/>.

traverso le reti mediatiche globali come una tempesta di fuoco, colorando gli animi e accendendo un contagio d'amore globale. Ciò che è importante evidenziare, non è necessariamente una relazione dualistica tra paura e amore, ma un elemento politico della comunicazione che eccede il regno semiotico degli effetti. Queste sono immagini *aptiche* che letteralmente toccano l'occhio. Allo stesso modo in cui i commenti di un utente di Flickr catturano perfettamente la trasmissione empatica che fluisce da queste immagini: "Io amo questo scatto. Puoi sentire le farfalle nei loro stomaci mentre osservano i risultati."⁴⁷

Gli eventi che hanno condotto all'elezione del primo Presidente nero degli Stati Uniti sono stati certamente contraddistinti da un diluvio globale d'amore. Il contagio d'amore di Obama sembra armonizzarsi con un flusso positivo d'amore per la differenza. Come Toni Negri suggerì poco dopo l'elezione di Obama, dietro questa grande vittoria si possono individuare tracce della grande lotta di quella moltitudine, che ha globalizzato positivamente la questione della razza.⁴⁸ Inoltre, l'amore virale può essere parimenti imprevedibile. Che Obama possa essere veramente all'altezza delle aspettative del progetto della moltitudine, e consegnarle quella democrazia spontanea che essa desidera, è di certo assai discutibile. Forse la viralità di breve durata di un *amore per la differenza*, è già stato sussunto in ciò che Michael Hardt ha identificato come le contro-forze dittatoriali di un *amore per l'identico*.⁴⁹ Purtroppo, mentre scrivo, il contagio di Obama sta già oscillando incontrollabilmente tra un amore non ricambiato e un amore finito male.

⁴⁷ Le immagini di Obama e il commento dell'utente sono archiviate qui: <http://www.flickr.com/photos/barackobamadotcom/3008254887/>.

⁴⁸ Global Project: "Behind this victory, the great multitudinarian struggle," una intervista con Antonio Negri, *Global Project* website, <http://archive.globalproject.info/art-17685.html>; <http://anomaliamagazine.com/2008/11/06/negri-obamas-victory-the-multitude/>.

⁴⁹ Michael Hardt, "Love as a Political Concept," a lecture for the *European Graduate School*, 2007 <http://www.youtube.com/watch?v=ioopkoppabl>.

Per concludere la prima sezione, ciò che si propaga si può definire usando un termine che Nigel Thrift adatta sia dalla teoria degli affetti di Brennan, che dalla tesi originale di Tarde. Il contagio affettivo ridà enfasi alla natura precognitiva involontaria di ciò che viene trasmesso.⁵⁰ Ciò che si propaga entra nella porosa rete neurale delle relazioni esterne che connettono il Sé all'altro (e alle altre cose), attraverso il mezzo di comunicazione della pelle, come anche dell'intimità delle reti sociali. Di nuovo, questo non è esclusivamente un contagio biologico o sociale, come si crede tradizionalmente. Ciò che si propaga, come sia Brennan che Thrift fanno notare, è ciò che passa attraverso un artificio o un punto di intersezione.⁵¹ Significativamente, ciò che si propaga viene trasmesso, non solo attraverso la paura e l'ansia, ma per mezzo delle passioni, delle ossessioni, e di altri trasporti empatici che sono ugualmente contagiosi. Ciò che si propaga ha certamente la capacità di contagiare imprevedibilmente (e di venire contagiato a sua volta) attraverso il legame presente tra sentimenti positivi e negativi. Ciò che si propaga può essere, in altre parole, un ipnotico punto d'incontro, pauroso o gioioso, tra indistinti mondi biologici e sociali. È un punto di incontro che innesca contagi empatici che si propagano attraverso atmosfere adattative di affetti e di intrattenimento imitativo. Come Brennan elegantemente suggerisce, *“il mio affetto, se si imbatte in te, nel bene o nel male, altera la tua costituzione anatomica.”*⁵²

50 Nigel Thrift, *Nonrepresentational Theory: Space/Politics/Affect* (London, New York: Routledge, 2008), pg. 139.

51 Nigel Thrift, “Pass it On: Towards a Political Economy of Propensity,” testo presentato alla *Social Science and Innovation Conference* presso la *Royal Society of the Arts* (RSA), London, UK, February 11th, 2009, pg. 8. <http://www.aimresearch.org/uploads/File/Presentations/2009/FEB/NIGEL%20THRIFT%20PAPER.pdf>

52 *Teresa Brennan*, pg. 74.

2. IL MECCANISMO DI INDIPENDENZA DELL'INCONTRO SOCIALE CONTAGIOSO

L'idea che l'incontro sociale sia intrecciato con l'adattamento biologico è certamente controversa. Prima di avventurarci oltre nella teoria del contagio di Tarde, è perciò necessario comprendere l'importanza del punto di intersezione che egli stabilisce tra il contesto sociale e biologico, e di distinguerlo chiaramente dal pensiero deterministico.

Usare Tarde per evitare il determinismo biologico e sociale

Nonostante sia notevole che Thacker abbia cautamente approcciato il modo in cui il contagio nella sua astrazione prenda forma nei contesti non biologici, come nel caso dei meme, nel marketing virale e nei virus informatici, il contagio microbico corre ancora il rischio di cadere in una simile trappola deterministica.⁵³ Forse troppo spesso, infatti, capita che i teorici del contagio sociale e culturale guardino ai discorsi biologici e medici per loro esclusiva ispirazione. Il problema sta nel fatto che le analogie e le metafore nate tra la viralità dell'ereditarietà del codice genetico, l'imitazione culturale e la riproduzione digitale, caratterizzano un meccanismo di infezione in gran parte determinato biologicamente. Di conseguenza, il caso della memetica è esemplare. Essa si manifesta in modo rapido e libero, con un universale referente biologico, e i tentativi, attuati tramite i suoi difensori, di reclamare Tarde quale antenato del meme, sono profondamente fuorvianti.⁵⁴ Di certo, un diagramma “epidemiologico” tardeano può essere chiaramente distinto dalla logica deterministica della analogia neo-Darwiniana meme/gene, e dalla sua pretesa di essere la definitiva forza biologica che dà for-

53 *Eugene Thacker*, “*Living Dead Networks*”.

54 Paul Marsden, “Forefathers of Memetics: Gabriel Tarde and the Laws of Imitation,” *Journal of Memetics: Evolutionary Models of Information Transmission*, 4 (2000) http://jomemit.cfm.org/2000/vol4/marsden_p.html.

ma agli ambienti sociali e culturali.⁵⁵ Da quando è stato fugacemente introdotto nell'ultimo capitolo del bestseller di Richard Dawkins *Il Gene Egoista*, nel 1976, l'evoluzionismo genocentrico dell'analogia del meme/gene è divenuto altamente influente, nonostante la sua controversa spiegazione di come la cultura si propaghi attraverso una popolazione. Di conseguenza, il virus del meme è un'unità imitativa che determina l'invarianza evolutiva e la sopravvivenza delle idee che si propagano attraverso una popolazione di menti. Ne segue che una popolazione di menti assorbirà passivamente le mutazioni evolutive dirette dal meme, sia per sopravvivere, che per fornire un mezzo di propagazione migliore per la futura sopravvivenza di meme evoluti. Condotta all'estremo, ciò è parte della pretesa che tutto, dalla mente alle tecnologie della comunicazione, come Internet, sia il risultato di unità memetiche che costruiscono un più efficace ambiente di trasmissione nel quale auto-propagarsi.⁵⁶

Questo non significa che la memetica non inizi con una premessa interessante. Come Tarde, in parte, essa evidenzia la trasmissione spesso inconscia di ciò che si propaga attraverso popolazioni infettabili.

Tuttavia, ciò che è considerato il propagarsi, diviene un'unità evolutiva di imitazione completamente meccanicistica e auto-sufficiente.⁵⁷ Come Brennan argomenta persuasivamente di seguito, il neo-Darwinista adotta una posizione essenzialista che trascura totalmente di entrare in relazione con la capacità degli affetti di presentarsi al di fuori dell'individuo geneticamente formato.

[Secondo il Neo-Darwinismo] l'organismo individuale è nato con i desideri e gli affetti che ne determinano il destino. La sua predi-

⁵⁵ Richard Dawkins, *The Selfish Gene* (Oxford, Oxford University Press, 1976).

⁵⁶ Susan Blackmore, *The Meme Machine* (Oxford, Oxford University Press, 1999).

⁵⁷ *ibid.*

*sposizione a certi comportamenti è parte del suo patrimonio genetico individuale, e ovviamente questi comportamenti sono intrinsecamente affettivi. Tali comportamenti e affetti potrebbero essere modificati dall'ambiente, o potrebbero non sopravvivere perché essi non sono adattivi. Ma il punto è che non c'è altra fonte, od origine, degli affetti riconosciuta al di fuori di quella individuale. Nel neo-Darwinismo il modello principale di trasmissione è la trasmissione genetica.*⁵⁸

Sicuramente, in entrambi i contesti, quello biologico e quello non biologico, il paradigma neo-Darwiniano nega il potenziale creativo degli incontri casuali, enfatizzando esageratamente l'importanza di un meccanismo basato su un codice deterministico. Per analogia, attribuisce la stessa elevata capacità di azione alla precisione, alla fecondità e alla longevità del patrimonio genetico, come fa per la passiva trasmissione ereditaria di un'idea concorrente. Allo stesso modo la memetica consegna brutalmente ad un codice egoista la trasmissione di desiderio, e invenzione sociale, imprevedibile, inconscia, e imitativa, tramite una popolazione insensibilmente arrendevole.⁵⁹ Come continua Brennan, *“la criticità di questa teoria sta nel fatto che i suoi sostenitori ignorano le rivendicazioni del contesto storico sociale nel momento della causazione.”*⁶⁰

Se il determinismo biologico della memetica e il diagramma epidemiologico di Tarde sono palesemente incompatibili, è ugual-

⁵⁸ Teresa Brennan, *pg. 74.*

⁵⁹ Tutto ciò contrasta fortemente con la critica di Tarde all'enfasi darwinista di una forma biologica di lotta, in opposizione agli incroci e all'ibridazione. Vedi a questo proposito il libro di Bruno Latour e Vincent Antonin Lépinay, *The Science of Passionate Interests: An Introduction to Gabriel Tarde's Economic Anthropology* (Chicago, Prickly Paradigm Press, 2009), *pg. 36.* Inoltre, anche i critici all'interno della memetica indicano la mancata individuazione del meccanismo di un codice equivalente che funzioni in ambienti culturali. Come sostiene Dawkins, a differenza del gene, il meme non ha ancora trovato i suoi Crick e Watson.

Vedi Richard Dawkins citato in Susan Blackmore, *xii.*

⁶⁰ Teresa Brennan, *pg. 74.*

mente importante distinguere quest'ultimo dal determinismo sociale. Ciò che costituisce le forze storiche del sociale è fin troppo spesso accettato come già dato. Quindi, prima di analizzare il contesto sociale della teoria del contagio, è utile sottolineare le differenze peculiari esistenti tra Tarde e l'intrinseco determinismo del paradigma sociale durkheimiano, evidenti nei concetti dell'epidemiologia sociale.⁶¹ Ciò che concretamente distingue Tarde da Durkheim è il tentativo di quest'ultimo di rappresentare tutto ciò che è psicologico, biologico e neurologico come categoricamente separato dal sociale, mentre il primo sottolinea la loro inseparabilità. Per esempio, nel loro "importantissimo dibattito" alla *École des hautes études sociales* nel 1903, Durkheim ripetutamente sollevò la particolare questione di come le scienze sociali abbiano bisogno di rendere l'oggetto della loro discussione indipendente da questi altri fenomeni. Come suggerisce altrove:

*C'è tra la psicologia e la sociologia la stessa soluzione di continuità che c'è tra la biologia e le scienze fisiche e chimiche. Di conseguenza, ogni volta che un fenomeno sociale viene spiegato direttamente mediante un fenomeno psicologico, si può stare sicuri che la spiegazione è falsa.*⁶²

Dunque, in che modo Durkheim ha considerato l'emergere del sociale? Per cominciare, la sua nozione di "densità dinamica" lo schiera dalla parte di teorie particolari che riguardano la complessità sociale e l'emersione collettiva, che si trovano in conflitto con una lettura contemporanea della microsociologia tardeana. In sostanza, la densità dinamica è un processo di emersione

61 Si veda una simile discussione in Tony D Sampson, "Error-Contagion: Network Hypnosis and Collective Culpability," comparsa in Mark Nunes (ed.), *Error: Glitch, Noise, and Jam in New Media Cultures* (New York, London, Continuum, 2010), pg. 239-240.

62 Émile Durkheim, *The Rules of the Sociological Method* (New York, The Free Press, 1982 [1884, 1895]) pg. 129.

sociale che aumenta per mezzo del numero e delle frequenze crescenti delle connettività individuali. Tramite la sua influenza sul funzionalismo di Talcott Parson, Durkheim è stato acclamato da un certo numero di autori, e definito il pioniere della teoria dei sistemi e degli approcci cibernetici al sociale, che include i concetti di sciame, di collettivo, e di intelligenza distribuita.⁶³ Quindi, nonostante la teoria sociale di Durkheim evidenzi la causazione diretta verso il basso, da assegnare ai fatti sociali e alle rappresentazioni collettive, entrambi questi concetti sono considerati "sui generis". Vale a dire che emergono da una relazione con il loro proprio genere sociale. L'emersione sociale è indipendente da fattori psicologici e biologici, ed è derivata invece da una coscienza sociale che emerge dalle densità dinamiche (connettività) sussistenti tra gli individui.⁶⁴

La densità dinamica rappresenta, tra l'altro, un resoconto dell'azione sociale che può essere messo in relazione con l'attuale teoria delle reti, dove vengono pesantemente enfatizzati anche i risultati di comportamenti collettivi che emergono da una rete di individui.⁶⁵ La sinergia qui non è precisa, ma è tuttavia degna di nota. Per Durkheim la società "non è per nulla l'essere illogico o a-logico, incoerente e fantastico" che gli altri ritengono che sia. Al contrario, "la coscienza collettiva... è la coscienza della coscienza."⁶⁶ Il collante organico che tiene insieme le collettività sociali (e le rende coscienti, in quanto tali) si fonda sul consenso collettivo

63 Robert Keith Sawyer, *Social Emergence: Societies as Complex Systems* (Cambridge, New York, Cambridge University Press, 2005), pg. 1-9, 63-124; Elias L. Khalil and Kenneth Ewart Boulding (eds.), *Evolution, Order and Complexity* (London, Routledge Taylor & Francis Ltd, 1996); Jennifer M. Lehmann, *Deconstructing Durkheim: A Post-Post-structuralist Critique* (London, New York, Routledge, 1993), pg. 129; N. J. Enfield and Stephen C. Levinson (eds.), *Roots of Human Sociality: Culture, Cognition and Interaction* (Oxford, New York, Berg, 2006), pg. 377.

64 Robert Keith Sawyer, *Social Emergence: Societies as Complex Systems*, pg. 105.

65 Eugene Thacker, "Networks, Swarms, Multitudes: Part Two," *CTheory* (2004) <http://www.ctheory.net/articles.aspx?id=423>.

66 Émile Durkheim, *The Elementary Forms of the Religious Life*, trad. Joseph Ward Swain (London, George Allen & Unwin Ltd, 1915), pg. 444.

degli individui. Similmente, nella teoria della rete, gli individui diventano “*individui di un ordine diverso*”. Esso è, come tale, il circoscritto ambito della “*costruzione del consenso*”, che collega l’individuo “*allo sciame come totalità*”.⁶⁷

Al posto dell’attenzione di Durkheim verso una categoria sociale cosciente che nasce dal di fuori di densità associative individuali, prive di contenuto biologico o sociale, il diagramma di Tarde include flussi di desiderio, di passione, e radiazioni imitative di attività muscolari, cerebrali, principalmente inconscie. In netto contrasto con Durkheim dunque, la società dell’imitazione di Tarde non fa affidamento su rappresentazioni collettive o individuali. Non si tratta per niente di pura associazione, poiché riguarda la connettività dissociata (associazione inconscia) di un sonnambulo sociale. Il sociale di Tarde diventa un concatenamento di relazionalità composto di onde ipnotiche o flussi che si auto-propagano.⁶⁸ Ciò che si unisce, non si presenta a partire da una coscienza collettiva che fa pressione sull’individuo, ma è invece l’esito “*coerente*” di “*desideri che sono stati suscitati o acuiti da certe invenzioni [sociali]*”, le quali si irradiano verso l’esterno per imitazione, da un punto all’altro, concatenando ciò che pare la disposizione logica della forma sociale, come mercati, nazioni e città.⁶⁹ Ciò che viene irradiato verso l’esterno non sono né i fatti sociali, né le rappresentazioni collettive, ma le micro-relazioni di passioni condivise, pensieri, conversazioni, credenze, sentimenti e affetti che passano attraverso le porose relazioni tra il sé e l’altro, in ambienti contagiosi, inclusi i settori aziendali, economici e politici.⁷⁰ Ciò che si unisce socialmente in questi spazi tardea-

ni, non è né geneticamente legato al soggetto, né vincolato alla saggezza del consenso collettivo, ma è piuttosto il risultato di una relazione infra-individuale che si propaga al di sotto della coscienza. Il sociale, dal punto di vista di Tarde, è la forza vitale che si auto-propaga, si irradia e vibra con eventi e «incidenti» al di fuori di incontri sociali, indipendenti dal meccanismo.

3. CHE TIPO DI DIAGRAMMA?

Le reti?

Così, al di là del pensiero deterministico, che tipo di diagramma può essere utilizzato per studiare la forza di questi incontri negli ambienti di contagio odierni? Può essere, come proposto da Galloway e Thacker, quello dei nodi e degli archi della rete tecnica?⁷¹ Bene, in parte sì. La febbre della rete è in effetti onnipervasiva. Ciononostante, in termini ontologici, lo schema della rete ha certi limiti esplicativi che devono essere considerati. L’insoddisfazione di Galloway e Thacker per le teorie dei grafi della scienza delle reti (*network science*), per esempio, indica una tendenza ad attribuire una naturalezza apolitica e senza restrizioni a quelli che sono, in realtà, spazi topologici asimmetrici.⁷² Tuttavia, queste limitazioni sembrano venire ulteriormente rafforzate dalla omogeneità spaziale di analisi temporali. Sebbene Galloway insista curiosamente con il collocare l’evento nella “*emersione della forma di mediazione di rete*” in sé,⁷³ forse non dovremmo ignorare completamente le considerazioni espresse dalla scienza delle reti, che riconoscono apertamente che questi spazi topologici,

67 Eugene Thacker, “*Networks, Swarms, Multitudes: Part Two*.”

68 Come Deleuze and Guattari affermano, le associazioni di Tarde non hanno nulla a che fare sia con le rappresentazioni collettive che con quelle individuali, ma si riferiscono invece a un flusso oppure a un’onda. Gilles Deleuze e Félix Guattari, *A Thousand Plateaus* (London, New York, Continuum, 1987), pg. 218-219.

69 Gabriel Tarde, *The Laws of Imitation*, pg. 109.

70 Nigel Thrift, *Nonrepresentational Theory: Space/Politics/Affect*, pg. 220-254.

71 Vedi a questo proposito Tony D Sampson e Jussi Parikka, “*Learning from Network Dysfunctionality: Accidents, Enterprise and Small Worlds of Infection*” Conference Proceedings, ISEA 2010 RUHR: 16th International Symposium on Electronic Art.

72 Alexander R. Galloway e Eugene Thacker, *The Exploit: A Theory of Networks* (Minneapolis, London, University of Minnesota Press, 2007), pg. 27.

73 Alex Galloway: testo per la conferenza *Exploring New Configurations of Network Politics*, disponibile all’indirizzo: <http://www.networkpolitics.org/request-for-comments/alexander-r-galloways-position-paper>.

standardizzati per mezzo di nodi e archi, tendono a escludere la temporalità di ciò che semplicemente accade (cioè l'evento).⁷⁴ Questo effetto solidificante non è solo un problema relativo ai nodi e agli archi della scienza delle reti, ma anche ad altre teorie delle reti. Nonostante Thrift definisca Tarde come “filosofo delle reti”⁷⁵ per sostenere l'agire verso gli oggetti - *gli stati personali distribuiti* (a distributed personhood) - e porre in evidenza la fantasia rispetto alla riflessione cognitiva, egli sostiene che la *teoria dell'attore-rete* (ANT, Actor-network theory) si indebolisca a causa della tendenza a mantenere una propria “efficacia”.⁷⁶ Il problema con la *teoria dell'attore-rete* (ANT) è che neutralizza l'intensità degli eventi, dando la precedenza ad “*accumulazioni rigide*” rispetto a “*lampi fulminei*”, e a “*strategie stabili*” rispetto a “*movimenti bruschi*”.⁷⁷ In realtà, essere in grado di mappare *ciò che è appena accaduto* – gli eventi scioccanti e gli «incidenti» degli spazi contagiosi quotidiani, come quelli recentemente esperiti nel campo dell'economia o negli scenari culturali ossessionati dalla celebrità di cui parleremo più avanti nel testo – è una preoccupazione centrale della teoria del contagio. Una sfida importante, dunque, è quella di trovare un diagramma astratto appropriato che integri meglio queste analisi temporali.⁷⁸ Infatti, ciò che offre Tarde (e qui l'influenza su Deleuze diviene chiara) è un diagramma epidemiologico che ecceda una semplice rete di relazioni (tecniche o d'altro tipo), e invece indichi una più complessa varietà di eventi e di concatenamenti contagiosi di desiderio e di invenzione sociale.

74 Duncan Watts, *Six Degrees: The Science of a Connected Age* (London, Vintage, 2003), pg. 50.

75 Bruno Latour, “Gabriel Tarde and the End of the Social,” *The Social in Question: New Bearings in History and the Social Sciences*, Patrick Joyce (ed.), (London, Routledge, 2002), pg.117-132: <http://www.bruno-latour.fr/articles/article/082.html>.

76 Nigel Thrift, *Nonrepresentational Theory: Space/Politics/Affect*, pg. 110.

77 *Ibid.*, pg. 110-111.

78 È Deleuze che rileva l'importanza di trovare l'appropriato diagramma astratto. Un diagramma che può sia esercitare una forza (o molte forze di relazione) sul campo sociale, sia visualizzare queste relazioni tra forze che determinano caratteristiche e funzioni apparenti nel piano. Gilles Deleuze, *Foucault* (London, Athlone Press, 1988), p. 36, e pg. 34-44.

Gli eventi del contagio finanziario

Ci sono legittimi motivi, a quanto sembra, per suggerire che la propagazione della recente crisi finanziaria sia collegata alla crescita di reti automatizzate e alla finanza algoritmica.⁷⁹ Tuttavia, al di là dello schema tecnologico c'è un altro modo per interpretare il contagio finanziario. È quello di utilizzare ciò che Masumi chiama il «far rete degli eventi» (*networkability of events*). Così, il movimento temporale dell'evento non è semplicemente limitato alla connettività e alla distribuzione della rete,⁸⁰ ma è inestricabilmente associato ai molteplici componenti dei concatenamenti, come quelli che compongono l'attuale tumulto del sistema economico. La trasmissione del contagio finanziario attraverso questi concatenamenti economici, ad esempio, è di certo influenzato grandemente dalla digitalizzazione e dal collegamento in rete dell'informazione finanziaria. I circuiti elettronici, successivamente al grande crollo, hanno giocato un ruolo fondamentale nel velocizzare e automatizzare gli eventi economici e gli eccessi contagiosi. Ma comunque, come Masumi suggerisce, il “*mezzo di comunicazione*” degli eventi e dei loro conseguenti contagi non è la tecnologia.⁸¹ È piuttosto la volubilità degli eventi: la loro rimozione, la loro comunicabilità e la loro relazionalità.

È utile, a questo punto, fare riferimento alla precoce testimonianza di Tarde sui tempi del boom e del disastro, così da poter evidenziare più concretamente il ruolo significativo dell'eventonelle relazioni economiche emergenti. Tarde presenta un'economia costruita attorno alla ripetizione di eventi periodici, ma sempre tendente all'evento occasionale, mostruoso, aperiodico

79 Sean Dodson, “Was software responsible for the financial crisis?” *The Guardian*, Thursday 16th October, 2008: <http://www.guardian.co.uk/technology/2008/oct/16/computing-software-financial-crisis>.

80 Brian Massumi, *Parables of the Virtual: Movement, Affect, Sensation*, (Durham and London, Duke University Press, 2002), pg. 86.

81 *Ibid.*

e scioccante, o all'«incidente». Al fine di spiegare come questi eventi influenzano l'economia, egli fa una chiara distinzione tra due tipi di desiderio contagioso.⁸² Il primo è quello dei “desideri periodicamente connessi”. La vita organica, nota Tarde, “ha bisogno di bere o di mangiare”, di vestirsi per tenere lontano il freddo, e così via.⁸³ Questi desideri necessari, relativi alla sopravvivenza, vengono a intrecciarsi con le ripetitive e meccaniche abitudini della quotidianità. Ciononostante, quando desideri di questo tipo diventano, in termini economici, di proprietà dell'invenzione sociale, essi diventano desideri-evento “speciali”, e possono, come tali, assumere “vita” propria, imitativa e spontanea. Secondo Tarde, questi sono “desideri imprevedibili, non periodici”,⁸⁴ per cose come la moda e la fama, cui la vita organica sembra aspirare appassionatamente, e imitare, in gran parte inconsapevole dell'attrazione ipnotica e magnetica che essi esercitano. In alcune occasioni, l'intensità di queste passioni crea anomale bolle finanziarie, che continuano a crescere contagiosamente finché, inevitabilmente, esplodono, riversandosi nel vasto mare dell'economia.⁸⁵

In base a queste affermazioni, Thrift, e più recentemente Latour e Lépinay, hanno indicato un ritorno a un'economia politica tardeana, fondata sulla vivace trasmissione di desideri contagiosi, passioni, glorie, e intossicazioni.⁸⁶ Così, l'attuale crisi finanziaria dimostra come “l'influenza e la complessità [delle radiazioni imitative] si sia espansa in maniera esorbitante dai tempi di Tarde, permettendo loro di avere un inaspettato potere generativo”.⁸⁷

82 Gabriel Tarde, “Economic Psychology,” translated by Alberto Toscano, *Economy and Society*, 36(4), November 2007, pg. 633.

83 *ibid.*

84 *ibid.*

85 Il capitalismo ha una lunga storia nella costruzione di tali bolle speculative. Si veda, ad esempio, il resoconto di Sadie Plant sulla «Tulipomania» nel XVII secolo, nella sua prefazione a *The Spam Book: On Viruses, Porn and Other Anomalies From the Dark Side of Digital Culture*, Jussi Parikka e Tony D Sampson (eds.), vii-x.

86 Bruno Latour e Vincent Antonin Lépinay, *The Science of Passionate Interests: An Introduction to Gabriel Tarde's Economic Anthropology*.

87 Nigel Thrift, “Pass it On: Towards a Political Economy of Propensity,” pg. 3.

L'espansione di questi flussi di desiderio e di imitativa invenzione sociale è collegato, di conseguenza alla crescita di un'economia guidata da “nuove piattaforme socio-tecniche”, incluse vaste reti elettroniche e modalità di commercio automatiche, che non accrescono solo la fluidità e la rapidità dell'informazione finanziaria, ma “accendono” anche la comunicazione del desiderio, per mezzo di “conversazioni” e “schizzi ormonali”, che si propagano attraverso il tessuto imitativo dei media finanziari.⁸⁸ Ciononostante, il far rete degli eventi (e l'imprevedibilità) dell'economia odierna, e il suo intimo accostamento alle fluttuazioni dell'umore del mercato, è distintamente un fenomeno sociale di ordine tardeano. Sebbene l'economia possa apparire come una “disposizione logica” di eventi, organizzati intorno a prevedibili distribuzioni a rete, il contesto grazie a cui il desiderio diviene proprietà dell'invenzione sociale è soltanto “volubile e accidentale”.⁸⁹

Gli «incidenti» della fama contagiosa

Un altro modo per identificare efficacemente gli «incidenti» del contagio nel diagramma di Tarde è quello di considerare come esso giustifica la propagazione della fama per quegli individui abbastanza “fortunati” da imbattersi in idee geniali. Lo studio di Tarde sull'equivalente della venerazione della celebrità nel diciannovesimo secolo afferma che la fama è generata similmente da piccoli deferenti gruppi sociali, prima di venire dispersa più ampiamente in un pubblico che “non conosce la personalità dell'eroe”, ma tuttavia prova la stessa “fanatica, appassionata e devota ammirazione”.⁹⁰ Tuttavia, questo salto dal rispetto dei pochi all'adulazione emotivamente carica dei molti (di nuovo, pre-

88 *ibid.*

89 Gabriel Tarde, *The Laws of Imitation*, pg. 109.

90 Nigel Thrift, “Pass it On: Towards a Political Economy of Propensity,” pg. 19.

valentemente *a distanza*) è esplicitamente collegata da Tarde alla spontaneità dell'incontro con complesse "correnti di imitazione". La fama di una persona è, sembrerebbe, un dischiudersi accidentale degli eventi nella loro gloria finale. Questo è un punto che Tarde rimarca in *Psicologia Economica*, quando afferma:

Si può vedere... cosa c'è di accidentale nella gloria. Concessa un'uguale naturale genialità, un uomo incontrerà oppure no idee geniali, a seconda che gli elementi di queste idee gli siano offerti o no dall'intreccio di correnti di imitazione. E, data l'uguale genialità delle idee scoperte, esse lo renderanno illustre o sconosciuto a seconda che incontrino oppure no un pubblico che le desideri e che sia disposto ad accoglierle.⁹¹

Sebbene questa giustificazione faccia ingegnosamente di una popolazione infettabile e desiderante una necessaria precondizione per un'influenza epidemica, essa richiama l'attenzione anche verso una particolare critica relativa al modo in cui Tarde sostiene l'accidentalità di ciò che si propaga. Come evidenzia Thrift, Tarde potrebbe di certo aver sopravvalutato l'accidentalità del contagio, e negato, quindi, la capacità di "controllare consciamente e attentamente" i sempre più mediatici incontri di imitazione-suggestionabilità.⁹² Tarde intuisce con successo "il potere dei processi imitativi negli ambienti mediati" del suo tempo,⁹³ e tende a...

Vedere questi processi mediati come capaci di divampare come un incendio, come folle fuori controllo, o come correnti che si spingono le une contro le altre in una dinamica fluida nella quale l'influenza può essere solo casuale.⁹⁴

Ciò che Tarde sembra non aver anticipato è la capacità delle

attuali aziende e delle agenzie politiche, che lavorano con strategie delle PR, esperti di media, tecnologi, studiosi della rete e cosiddetti neuro-commercianti, di produrre gli ambienti d'umore necessari, pronti a catturare gli «incidenti» del desiderio nella inventiva sociale, e a rendere le popolazioni facilmente infettive. Negli odierni spazi di consumo c'è, dice Thrift, "una molteplicità e varietà di celebrità e notorietà in crescita costante, incoraggiate da una persistente attenzione mediatica."⁹⁵ La celebrità è endemica per la macchina desiderante e mediaticamente progettata per cui venditori e politici competono gli uni con gli altri, al fine di fare presa. Questo è un diagramma macchinico tardeano definito da "una potente combinazione di tecnologia e arte (*genre*), imitazione e ormone",⁹⁶ e la riproduzione di infra-indivui che attivano facilmente il desiderio e trasmettono le invenzioni del battage pubblicitario delle celebrità agli altri. Per concludere questa sezione, sembra che ci siano almeno due alternative diagrammatiche fra cui scegliere. La prima prende in considerazione il diagramma così come lo concepiva Tarde, del tutto accidentale. Il sonnambulo sociale è soltanto un canale inconscio, attraverso cui fluiscono le imprevedibili correnti dell'imitazione. Ciò che si propaga prende piede e si diffonde oppure muore, a seconda del possibile incontro con le competizioni logiche e le resistenze all'irraggiamento imitativo. La seconda opzione non è, tuttavia, così schiettamente non-accidentale, come forse si inferisce sopra. Al contrario, quest'ultima opzione sottolinea come possono essere catturati gli eventi spontanei, come possono essere misurati, influenzati e organizzati, persino fatti passare per incidenti o incontri fortuiti, al di sotto della consapevolezza, e poter essere più facilmente assorbiti all'interno dell'inconscio neurologico. Quest'ultima opzione contiene pesanti implicazioni per il futuro dell'agire umano.

91 Gabriel Tarde, "Economic Psychology," pg. 620.

92 Nigel Thrift, "Pass it On: Towards a Political Economy of Propensity," pg. 18.

93 *ibid.*

94 *ibid.*

95 *Ibid.* pg. 18-19.

96 *Ibid.* pg.18.

4. L'AGIRE VIRALE: TRA SPONTANEITÀ E DITTATURA

Il sociale tardeano

Il problema dell'agire umano viene in luce con la teoria del contagio microbico di Thacker. Tuttavia, grande attenzione va ancora rivolta a quelle domande che riguardano la "vita" virale e la sua apparente contro-relazione con la vita umana. Queste due forze vitali, bisogna dirlo, sono troppo spesso collocate da una parte e dall'altra del sopraccitato artificio che divide il dominio sociale da quello biologico. Questa separazione artificiale certamente rafforza l'idea che ci siano "sconosciuti" meccanismi biologici che funzionano fuori, e indipendentemente, dal campo sociale. Sì, "noi umani" incontriamo proprio un intero esercito di agenzie biologiche umane, e non umane, principalmente inconsapevoli (virus, feromoni, ormoni, sentimenti, affetti, ecc.). Ma ciò non rende questi incontri liberi dagli agenti infettivi, separati dal sociale. Come Tarde afferma profeticamente, il sociale è, per gran parte, un'associazione involontaria con ogni tipo di operazioni affettive, che entrano ed escono da uno stato sonnambolistico. In effetti, *tutto è società*. L'agire degli altri individui, e l'agire degli altri oggetti, si intreccia così con il segno della nostra stessa volontà, la quale si scontra con l'incosapevolezza del modo in cui i nostri desideri sono suscitati, e messi a disposizione delle invenzioni sociali, e di come noi diventiamo parte di un ripetitivo e imitativo ritmo di vita. Significativamente, il libero arbitrio umano e le inclinazioni biologiche sono considerate da Tarde come inseparabili. Come lui suggerisce:

*Niente... è meno scientifico dello stanziamento di questa assoluta separazione, di questa repentina rottura tra il volontario e l'involontario, tra il conscio e l'inconscio. Non passiamo forse, per gradi di impercettibile spessore, dalla volizione intenzionale all'abitudine quasi meccanica?*⁹⁷

⁹⁷ Gabriel Tarde, *The Laws of Imitation*, xi.

Neuromarketing

La concezione di Tarde dell'inseparabilità del comportamento volontario da quello involontario, diventa centrale per l'impresa biopolitica nel programmare l'attività di consumo. Thrift afferma che l'esercizio contemporaneo del biopotere, evidente nella scienza delle reti, segue da vicino una traiettoria tardeana;⁹⁸ allo stesso modo il cosiddetto esperto di neuromarketing sostiene di poter misurare l'indivisibile e impercettibile distanza tra consumo consapevole e inconsapevole. Ricorrendo alle recenti invenzioni nel campo delle neuroscienze per connotare tale impresa commerciale, l'esperto di neuromarketing sostiene di poter misurare i flussi spontanei di passione del consumatore per servizi, marche e prodotti. Grazie al facile accesso a software avanzati per il riconoscimento emotivo, e i flussi di dati affettivi raccolti a partire dai controlli sugli utenti relativamente alle esperienze di consumo, sempre più spesso disponibili online e su dispositivi mobili, questi esperti altamente qualificati provano ad influenzare i contesti di future intenzioni di acquisto. Combinando software di tracciamento visivo con la elettroencefalografia (EEG), e con la tecnica di reazione galvanica tattile (GSR), aziende commerciali come Berkeley, basate su *NeuroFocus*, non solo misurano l'attenzione cognitiva di un consumatore e la conservazione della memoria, ma rivendicano anche la possibilità di inserirsi direttamente in ciò che un consumatore "prova riguardo a un prodotto".⁹⁹ La combinazione del movimento degli occhi con la misurazione dell'attività elettrica nel cervello, del ritmo cardiaco e della temperatura della pelle, utilizzati per registrare efficacemente l'eccitazione emotiva dell'utente durante il consumo, soppianta le imprecisioni soggettive delle vecchie

⁹⁸ Nigel Thrift, *Pass it On: Towards a Political Economy of Propensity*, pg. 24.

⁹⁹ Dr. A. K. Pradeep, "Persuasion: The Science and Methods of Neuromarketing".

tecniche di autovalutazione del marketing, come i questionari, i sondaggi e i focus group.

Un'altra innovazione proveniente dalla compagnia danese *iMotions* evidenzia una chiara svolta tardeana nella tecnologia per le ricerche di mercato. A differenza dei metodi leggermente più vecchi che tendevano a misurare *l'attenzione volontaria* (gestualità corporea, orientamento, intonazione della voce, evasione e contatto visivo, e reazioni nervose) o la *disattenzione involontaria* (incremento del ritmo cardiaco e respiratorio, la temperatura corporea e la sudorazione), lo *Strumento Emotivo* pretende di inserirsi nella relazione fra le due. Esso si indirizza, come tale, verso lo spazio a metà strada tra l'*implicito*, l'inconsapevole parte del cervello (il sistema limbico), che è largamente risaputo essere direttamente collegato al sistema nervoso e alle reazioni fisiche, e l'*esplicito*, consapevole sistema (la corteccia frontale) associato all'attenzione cognitiva. Sono la memoria somatica, le reazioni fisiche e le emozioni del sistema implicito ad essere considerate in grado di attivare o guidare il sistema esplicito.¹⁰⁰ Come lo sviluppatore dello *Strumento Emotivo* sostiene:

*Oggi è generalmente accettato che le emozioni dominino la cognizione, il processo mentale legato all'abilità di pensare, ragionare e ricordare. Perciò, c'è un interesse che cresce rapidamente nei confronti dei metodi che possono avere accesso a questi processi emotivi prevalentemente inconsci, al fine di guadagnare conoscenza e comprensione sul comportamento del consumatore.*¹⁰¹

Lo *Strumento Emotivo* traccia le espressioni facciali, in particolare quelle che si verificano intorno agli occhi, la quantità di battiti

100 Jakob de Lemos, "Measuring Emotionally 'Fuelled' Marketing," *Admap Magazine*, Issue

482, April 2007, pg. 40-42.

101 *ibid.*

di ciglia, la durata dello sguardo, insieme alla dilatazione delle pupille, per misurare il coinvolgimento emotivo. Inoltre esso contiene una valutazione algoritmica a due dimensioni delle risposte emotive catturate dalla tecnologia: la *forza emotiva* e la *valenza affettiva*. La prima misura il livello di eccitazione che uno stimolo esterno provoca nel consumatore, la seconda misura i sentimenti che seguono lo stimolo – il grado di attrazione o avversione che un individuo sente riguardo a uno specifico oggetto o evento. I punteggi sono calcolati sulla base di una scala che si estende da piacevole, spiacevole, o né piacevole, né spiacevole. I punteggi alti sono definiti come "affettivi", i punteggi bassi come "non affettivi".

Il neuromarketing inaugura nuovi metodi pensati per evitare il regno cognitivo della rappresentazione visuale, e per inserirsi negli impliciti, inconsapevoli sistemi affettivi di consumo. Oltre e al di sopra del concentrarsi su ciò che un consumatore consuma a livello cognitivo in termini di attenzione visiva (che si assume sia in cima alla gerarchia kantiana dei sensi), i neuro-venditori misurano le sequenze di affetti che l'utente assorbe somaticamente nell'atmosfera. Come suggerisce l'entusiasta amministratore delegato di *NeuroFocus*, una combinazione di tecniche aiuta il venditore a superare il coinvolgimento consapevole del consumatore rispetto a un prodotto, e a cercare attivamente ciò che inconsciamente lo attrae.

L'assorbimento è l'ideale perché significa che il cervello del consumatore non ha solo registrato il tuo messaggio di marketing, o il tuo contenuto creativo, ma che anche gli altri centri del cervello, coinvolti nelle emozioni e nella memoria, sono stati attivati. Gli ultimi progressi delle neuroscienze hanno rivelato che tutti e tre questi elementi chiave – l'attenzione, l'emozione e la conservazione della memoria - sono essenziali alla formazione di ciò che chiamiamo

“*persuasione*” – la quale di volta in volta significa intenzione d’acquisto.¹⁰²

Questo appello intrinsecamente tardeano all’invisibile spazio neurologico tra la volizione e l’abitudine meccanica suggerisce che “*la pubblicità subliminale*”, come nota Thrift, “*funziona davvero*”.¹⁰³

Resistenza all’imitazione?

In effetti, le implicazioni biopolitiche e biofilosofiche di questi molti tentativi di contaminare l’umore, facendo leva sul punto di intersezione in cui l’incontro sociale e il collegamento biologico si incrociano, sono di vasta portata. Mediante un simile approfondimento sui canali empatici contagiosi, in particolare su quelli stabiliti in relazioni riverberanti con oggetti d’arte, Barbara Maria Stafford fa, in tal modo, un intervento radicale all’interno della vecchia dicotomia tra libero arbitrio razionale e falsa coscienza ideologica.¹⁰⁴ Facendo notare come la relazione imitativa con l’altro inizi con l’incontro involontario, ella combina l’ipotesi del neurone specchio con un’implicita prospettiva tardeana. Questo è forse il modo in cui gli agenti umani coesistono con quelli non-umani. Non tanto per mezzo delle linee di combattimento del conflitto microbico, quanto attraverso la contaminazione dell’umore. Il mercato, i venditori e i politici, a quanto sembra, stanno iniziando a comprendere come riconoscere più efficacemente, e come riprodurre le atmosfere affettive capaci di far maturare l’umore sociale, e lo rendono facile preda di imprevedibili eccessi contagiosi. Per quanto orrendi possano sembrare questi contagi neurologici, la possibilità di discernere i flussi epidemici spontanei di affetti, di educazione dei sensi, e

di decontaminazione dai canali empatici e ipnotici, apre almeno un possibile sentiero di resistenza agli orrori di tale dittatura. C’è infatti un buon numero di autori che si sono approcciati al soggetto del contro-contagio, e concludendo questo saggio, riferirò brevemente le varie idee che sono state proposte.

La questione di come resistere all’imitazione-suggestionabilità è ovviamente resa complicata dall’insistenza di Tarde sul fatto che ciò che si propaga contamina l’intera capacità affettiva del panorama emotivo. Così, come Teresa Brennan e Michael Hardt hanno proposto l’amore come modo per imparare a sentire le sensazioni degli altri, e a discernere l’affetto negativo di un amore finito male¹⁰⁵ la viralità di un amore tardeano sembra sfuggire al potere affermativo dell’attenzione amorosa. L’amore virale può, come un ipnotizzatore, manovrare i desideri e le attrazioni inconse, guidando l’attenzione, e influenzando le credenze e i processi decisionali per mezzo di una contaminazione viscerale.

In ogni caso, Thrift fa supporre l’esistenza di un potenziale movimento di resistenza, da realizzare all’interno della biopolitica dell’imitazione: un’invenzione sociale organizzata intorno alle “rapidissime capacità imitative” delle reti, che altrimenti funzionerebbero per denigrare la democrazia.¹⁰⁶ Ciò che questo implica è una contro-politica dell’imitazione che si propaga non per mezzo dell’amore, ma attraverso l’empatia.¹⁰⁷ Qui ci si riferisce a tentativi di innescare contro-contagi sotto forma di veglie, raduni di protesta, petizioni online, campagne e raccolte fondi. Tuttavia, ancora una volta, bisogna tenere presente lo scetticismo di Tarde relativo alla contro-imitazione.

102 Dr. A. K. Pradeep, “*Persuasion: The Science and Methods of Neuromarketing*”.

103 Nigel Thrift, “*Pass it On: Towards a Political Economy of Propensity*,” pg. 22.

104 Barbara Maria Stafford, *Echo Objects: The Cognitive Work of Images*, pg. 76-77.

105 Teresa Brennan, *The Transmission of Affect*, pg. 23; and Michael Hardt, “*Love as a Political Concept*.”

106 Nigel Thrift, *Nonrepresentational Theory: Space/Politics/Affect*, pg. 253.

107 *ibid.*

*Nel contro-imitarsi gli uni con gli altri, e cioè nel fare o nel dire l'esatto opposto di ciò che essi vedono che viene detto o fatto, essi stanno venendo sempre più assorbiti, tanto assorbiti almeno quanto lo sarebbero se facessero e dicessero precisamente ciò che veniva fatto o detto intorno a loro... non c'è nulla di più imitativo del combattere contro la propria inclinazione naturale a seguire la corrente di queste cose, o del fingere di andare contro di essa.*¹⁰⁸

In sostanza quindi, nel diventare un avversario, semplicemente si diventa sempre più parte del concatenarsi dell'imitazione. Questo è il modo in cui, afferma Tarde, nel processo della comunicazione non-verbale, opposte espressioni facciali non si oppongono semplicemente alle persone, ma le associano inconsciamente a un concatenamento di imitazione e contro-imitazione.¹⁰⁹ Un modo in cui potremmo disconnetterci da questa catena associativa è attraverso la soppressione dell'empatia, e il rifiuto ad inserirsi nella trasmissione degli affetti, delle emozioni, e dei sentimenti degli altri. Ma Tarde non accetta la proposizione kantiana di apatia, poiché una tale rottura di comunicazione con l'esterno è considerata impossibile. Al contrario, per riuscire a rompere queste catene associative, egli crea una distinzione cruciale tra la contro-imitazione e la non imitazione. In netto contrasto con la simpatia, l'empatia, e quindi l'apatia, la non-imitazione di Tarde si ottiene attraverso la «pura antipatia». Non si tratta perciò di una disconnessione o di una relazione anti-sociale, ma di una non-imitazione, e quindi di una relazione non-sociale con un «vicino che è in contatto».¹¹⁰

Ciò che Tarde propone come alternativa sembra rigettare controintuitivamente l'amore della differenza di Hardt come via per ottenere una democrazia spontanea, nella misura in cui egli

108 Gabriel Tarde, *The Laws of Imitation*, preface to Second Edition, xvii.

109 Ibid., xix.

110 Ibid.

offre un “rifiuto” distintamente cosciente “a copiare il vestito, i costumi, la lingua, l'industria e le arti che costruiscono la cultura di [questo o quel] vicinato”.¹¹¹ La non-imitazione richiede una costante dichiarazione di antagonismo, “ostinazione”, “orgoglio, e “indelebili sentimenti di superiorità” che ricevono potere e sono generati da una “rottura del cordone ombelicale tra la vecchia e la nuova società”.¹¹² Ciò implica la dichiarazione che tutte le altre società sono “assolutamente e per sempre estranee”, e l'impegno a non riprodurre mai i diritti, gli usi e le idee di ogni altra società. È infatti la non-imitazione a purificare, secondo quanto sostiene Tarde, il sociale dai contagi dell'altro. È solo dopo questa purificazione che i vecchi costumi possono essere rimpiazzati da stili veramente nuovi. Per Tarde dunque, è il mantenimento sul lungo periodo della non-imitazione, ad assicurare che quelli che desiderano resistere ai contagi del clima politico presente, in un momento di rivoluzione spontanea, “non troveranno più nessun impedimento sulla via della loro attività di conquista.”¹¹³

Ringraziamenti:

Un ringraziamento speciale va agli editori e ai revisori di *CTheory* per i loro utile, consapevole e costruttivo commento sulle prime bozze di questo saggio. Vorrei anche ringraziare Jussi Parikka per i suoi commenti sulla sua primissima versione. Nessun ringraziamento va invece, nel modo più assoluto, a Lord Browne, N. Clegg, V. Cable, D. Cameron e G. Osbourne, per i loro tentativi di decimare il diritto universale a una più elevata educazione nel Regno Unito. Vergognatevi! *Voi avete detto ridurre, noi diciamo lottare.*

111 Ibid.

112 Ibid.

113 Ibid.

Tarde, un teorico dei media

Intervista a Tony D. Sampson

a cura di Jussi Parikka

Questa intervista si concentra su una monografia recentemente pubblicata da Tony D. Sampson, *Virality: la Teoria del Contagio nell'Era dei Network*, descritta da Brian Rotman come “capace di offrire una nuova teoria del virale quale evento sociologico.” In questa conversazione, Parikka e Sampson discutono di Gabriel Tarde e della teoria del concatenamento, e del perché Tarde dovrebbe essere interpretato come un teorico dei media interessato ad una concezione sonnambulistica del sociale. L'interesse di Sampson al non-cognitivo – e al capitalismo non-cognitivo – suscita risonanze dai recenti dibattiti sugli affetti, ma con un'attenzione speciale agli sviluppi nel campo dell'*interaction design* e della ricerca.

Jussi Parikka: *Mi piacerebbe cominciare con il chiederti perché ti sei avvicinato al tuo argomento – l’odierna cultura dei network – attraverso Gabriel Tarde, un teorico sociale del XIX secolo? Che cos’è che permette di considerare Tarde come un’adeguata risorsa teoretica per un’analisi della cultura della rete digitale, dove l’azione non risiede soltanto nel contagio umano, ma passa anche per agenti non umani?*

Tony Sampson: È stata Tiziana Terranova che, per prima, mi suggerì Tarde, ormai un bel po’ di tempo fa. Stavo cercando di analizzare a fondo queste idee che avevo riguardo i contagi della cultura di Rete. Fino a quel momento avevo provato a sviluppare un approccio alle reti simile a quello della teoria del concatenamento, facendo riferimento al materiale fornito dagli studi sulle reti e dalle scienze informatiche. Volevo tenermi ben lontano da un’interpretazione metaforica del contagio digitale, che mi sembrava essere il peggior punto di partenza possibile. Questo approccio ha funzionato bene fino a un certo punto, ma poi la tesi dell’imitazione di Tarde mi ha aperto una vasta gamma di nuove possibilità. È interessante notare che ho potuto volgere di nuovo lo sguardo su Deleuze attraverso il lavoro di Tarde. È stato come arrivare di nuovo a lui, intraprendendo un percorso del tutto sconosciuto. Sebbene Deleuze non abbia scritto un libro su Tarde – e vorrei l’avesse fatto – penso che sia stato influenzato da lui almeno tanto quanto lo fu da Spinoza, Bergson o Nietzsche. È questo il punto che Francois Dosse evidenzia in *Intersecting Lives*. La cosa più importante è che Tarde mi ha permesso di rileggere la teoria del concatenamento come una teoria sociale o, più precisamente, una teoria della soggettivazione sociale. Mi sento di dire che Tarde è forse il primo teorico del concatenamento, nella misura in cui è davvero preoccupato unicamente del desiderio e della relazionalità sociale.

Un’altra cosa importante riguardo al ruolo che Tarde svolge in *Virality* è che non fa distinzioni tra natura e società o, similmen-

te, tra biologia e cultura. In questo modo mi ha aiutato a demolire l’artificio del contagio metaforico, che fa sembrare che il biologico stia sempre invadendo il sociale, almeno nei punti in cui il linguaggio e la retorica della biologia sembrano imporsi sui fenomeni sociali. Una volta che l’artificio è stato rimosso, tuttavia, vediamo che è il contrario: ciò che è biologico è sempre sociale, ed è ciò che è sociale ad essere contagioso. Perciò, quello che in *Virality* io chiamo la risurrezione di Tarde, lo colloca come teorico dei media all’interno di una zona indistinta tra natura e società. E non è stato difficile da fare. Dopotutto, quando scrive di propagazione imitativa o della suggestionabilità dell’imitazione, Tarde vuole davvero indicare una mediazione monadologica che non fa distinzioni tra umani e non umani, esattamente come non cerca di separare gli stati inconsci da quelli consci o le abitudini meccaniche da un senso di volizione. Secondo lui tutti i fenomeni sono fenomeni sociali, tutte le cose sono società. Quindi come Whitehead, in un certo senso, pone gli atomi, le cellule e le persone sullo stesso piano: una società di cose. Questo è anche il motivo per cui ritengo importante evidenziare che ci sono reti nelle masse e masse nelle reti.

Jussi Parikka: *“Virality” avanza un’idea intrigante riguardo la teoria dei media del sonnambulo – potresti dirci qualcosa in più riguardo a questo concetto e alla sua relazione con la non-volizione?*

Tony Sampson: Il concetto di “sonnambulo” proviene, ovviamente, ancora una volta da Tarde, e ciò che cerco di fare nel libro è cogliere in che modo questo concetto risuoni con la cultura della rete. Mi sembra che la tendenza al contagio nelle reti sia legata alle implicite funzioni cerebrali che Tarde descrive come associazioni inconse – attraverso le quali egli afferma che il sociale assembla sé stesso. Questa relazione tra la viralità e l’associazione inconscia potrebbe essere interpretata, se vogliamo, come la dif-

fusione di un imprevedibile stato di falsa coscienza, in cui, da un lato, il sociale è infettato dalla suggestionabilità dell'imitazione al livello della funzione cerebrale e, dall'altro lato, ci rendiamo conto che ciascuno è tenuto così impegnato e così distratto da non comprendere realmente che i suoi sentimenti/sensazioni vengono manovrate in direzione di questo o quel fine.

L'idea dei media sonnambuli, o dell'ipnosi dei media, in molti sensi è simile al lavoro di Jonathan Crary sulle tecnologie dell'attenzione. Infatti Crary fornisce un sorprendente riposizionamento della tesi relativa all'economia dell'attenzione. A differenza dell'apporto dato dai guru delle scuole di business, che considerano l'attenzione una preziosa risorsa per cui lottare, egli comprende la natura controllante e disciplinare dell'attenzione. In modi simili, Fuller e Goffey si sono riferiti a questo plesso come economia della disattenzione, che come Crary non opera distinzione tra attenzione e disattenzione. Non sono poli opposti.

Jussi Parikka: *Relativamente a queste idee, insisti con il parlare di capitalismo non-cognitivo e delle sue tecniche. Perché questa enfasi, che ti porta in una direzione leggermente diversa rispetto ai tuoi primi anni di studio sulla teoria culturale e politica del capitalismo cognitivo? Che cos'è che rende diverso questo approccio?*

Tony Sampson: Dunque, sì, il capitalismo non-cognitivo non si discosta troppo dal familiare flusso di lavoro taylorista e post-taylorista. In termini di lavoro uomo-computer possiamo pensare a ciò come a un mutamento di relazioni ergonomiche: dal migliore adattamento fisico possibile stabilito tra uomo e macchina durante il processo di produzione, a un modello cognitivo focalizzato sul lavoro mentale. Vediamo questo mutamento di paradigmi ovunque nella letteratura e nelle prati-

che relative alla *Human Computer Interaction* (HCI), anche se ora qualcosa sta cambiando. L'enfasi è posta sempre di più sul lavoro delle emozioni, degli affetti e delle esperienze, che vengono misurati usando la biometria e le neurotecnologie insieme a strumenti cognitivi più tradizionali che indagano la memoria e l'attenzione. Questo è solo un aspetto della neurocultura in cui ci troviamo oggi, dove non è la persona, ma il neurone o forse persino la neurotrasmissione stessa che viene messa all'opera in ogni modo per produrre un nuovo tipo di soggettività molecolare.

Fino alla seconda fase di scrittura del libro, non avevo cominciato a leggere il lavoro dello psicologo sociale Robert Zajonc, sulle preferenze che non richiedono inferenze; vale a dire la sua idea che le sensazioni potrebbero avere pensieri propri. Infatti, se i commercianti, i politici e i *designer* possono farci sentire in un certo modo, allora possono avere influenza anche sul nostro modo di pensare. Questo rispecchia la tendenza del *design* commerciale oggi, a cogliere l'importanza della relazione tra emozioni e conoscenza. Ma Zajonc va persino oltre dicendo che i sistemi affettivi sono sia indipendenti, che persino più forti, dei sistemi cognitivi. Potenzialmente gli uomini del marketing, i politici e i *designer* non hanno nemmeno la seccatura di doversi appellare al pensiero. Penso che questa sia la traiettoria seguita dal capitalismo non-cognitivo.

In aggiunta al lavoro delle neurotrasmissioni c'è anche questo ben pubblicizzato mutamento nella tecnologia dei media verso il cosiddetto *ubicomp* (computazione ubiqua). Anche questo è importante. Qui vediamo interazioni sconosciute al soggetto (*nontask interactions*) verificarsi anche al di sotto del livello di attenzione. Il calcolo pervasivo funziona anche mediante la produzione di interazioni che lavorano sull'utente, semplicemente

grazie al fatto che l'utente viene in contatto con una zona "calda", o diventa parte di una rete fra dispositivi, scatenando così un evento di cui non avrà mai bisogno di essere a conoscenza.

Jussi Parikka: *Le tue idee sembrano essere strettamente in relazione con "Evil Media", un recente libro di Matthew Fuller e Andrew Goffey. C'è un più vasto interesse per gli aspetti non comunicativi e non rappresentazionali della cultura dei media?*

Tony Sampson: Assolutamente sì, il che costituisce anche il motivo per cui sono stato così felice di parlare di *Virality* per la prima volta insieme a Matt e Andy presso il Goldsmiths. Penso che ci sia una bella sincronia tra il mio libro e ciò che loro chiamano il *grigiore non intrusivo* di alcune pratiche mediatiche. Non si tratta soltanto dell'uso strategico dei media per scopi specifici, o della rivelazione di una qualche ideologia incorporata o nascosta; al contrario, [la sincronia riscontrata nelle due opere] indica le conseguenze derivanti dalla non intenzionalità e dalla riappropriazione di incidenti devianti. Ho scritto dello stratagemma immunologico come un certo tipo di allarmismo ingannevole originato da incidenti della *computer science* negli anni settanta e ottanta del Novecento. Questo è il modo in cui vedo la cultura virale. Non è come piacerebbe al marketing virale, cioè una procedura che conduce passo dopo passo ad un costo di marketing pari a zero. Al contrario vediamo che un imprenditore digitale deve mettere in moto la viralità ottimizzando marchi così che essi siano più efficaci dei loro rivali e il loro potenziale si diffonda il più possibile. Nel marketing in rete nulla è dato per certo. Tutto ciò che puoi realmente fare è ammazzare il tempo mentre aspetti di *navigare* nel prossimo «incidente».

Un'altra connessione che ho recentemente instaurato con *Evil Media* è con il gruppo di artisti YoHa. Mi hanno chiesto un con-

tributo per il loro progetto *Evil Media, Curiosity Cabinet* che sarà esposto a Berlino nell'anno nuovo. Ho optato per *Modafinil*. Questo neuro-farmaco viene usato principalmente per trattare i disturbi del sonno, alcuni dei quali sono direttamente connessi al malfunzionamento dei processi di lavoro, come i disordini derivanti da un cambio di lavoro. Questo sarebbe già abbastanza orribile, ma il *grigiore* di *Modafinil* diviene chiaro nell'abuso che ne fanno gli studenti e i soldati che hanno bisogno di rimanere attenti durante gli esami universitari o sul campo di battaglia.

Jussi Parikka: *Nonostante le differenze da Evil Media, sembra che anche tu parli d'amore nel tuo libro – puoi approfondire questo aspetto, in relazione agli affetti?*

Tony Sampson: Dunque, c'è questa cosa davvero intrigante e machiavellica in *Evil Media*, giusto? È che la paura è preferibile all'amore. Il mio lavoro semplicemente gira quell'idea su sé stessa. Tarde scrive riguardo all'amore in diverse occasioni, nel suo romanzo *Underground Man* e nella parte extra-logica di *The Laws of Imitation*. Egli pensa che l'amore sia, sebbene spesso transitorio, molto più contagioso della paura. Egli lo considera come una relazione di potere asimmetrica nella quale è principalmente chi ama a copiare il suo amato. Mi sono ispirato a questo e a un paio di altri autori. Teresa Brennan, per esempio, scrive che l'amore, a differenza della paura, non ha bisogno di un medium a cui appigliarsi. L'amore per Brennan è contemporaneamente affetto e medium, il che in qualche modo incrementa il suo contagio affettivo. L'amore di Michael Hardt come concetto politico è ugualmente interessante. La sua concezione che l'amore per la famiglia, per la razza, per dio, e per la nazione, tenda a unificare i popoli in modi "dannosi", diventa significativa, penso, per comprendere l'amore come un *Trojan* molto più efficace e sinistro della paura. Infatti, solo perché un'esperienza ti fa sentire bene

non significa che sarà buona per te. Guardo all'*Obama Love* sotto questa luce – come un tipo di pratica mediatica grigia e virale dell'amore. Al di là degli ovvi modi di servirsi dell'amore nella sua campagna, come i siti, le magliette e le spille di *I Love Obama*, ci sono anche quelle immagini aptiche del presidente con la sua famiglia alla vigilia della suo primo trionfo elettorale. Sentiamo come questo ragazzo molto *cool* voglia instaurare una nuova collaborazione con il Medio Oriente e chiudere Guantanamo, ma tutto quello che otteniamo sono le impennate nei numeri delle truppe, il suo iniziale supporto al regime di Mubarak, e l'inarrestabile ascesa dei droni. I suoi sostenitori affermano che vuole vedere Guantanamo chiusa, quindi deve essere o disonesto o del tutto incapace. Questo è il *grigiore* dell'amore verso Obama.

Jussi Parikka: *Una parte del libro tra le più intriganti è quella in cui analizzi le tecnologie concrete che stanno emergendo, come quelle tecniche di progettazione di interfacce di design che rientrano nella sfera dell'involontario. Si tratta di un'altra specie di livello di modulazione degli affetti, ad esempio per ciò che riguarda il design di interfacce basate sugli affetti? E ciò come sta in relazione con il recente e più ampio dibattito riguardante gli affetti nella "teoria culturale"?*

Tony Sampson: Ritengo che la teoria del sonnambulismo dei media sia un utile strumento per comprendere il cosiddetto terzo paradigma di HCI, l'interazione uomo-computer. È questa la mossa che permette di sfruttare le già menzionate emozioni e gli affetti, il contesto sociale e l'elaborazione dell'esperienza. Infatti, in quanto parte di questo movimento, i consulenti di *design* dell'esperienza e i *neuro-marketer* stanno velocemente diventando il prossimo grande fenomeno nel business della persuasione. I loro più grandi clienti, a quanto pare, sono le banche e gli altri istituti finanziari. Non sorprende che queste imprese abbiano un problema d'immagine, in questo momento. Sono desiderose

di acquisire la possibilità di contattare l'utente finale con il loro *brand* attraverso il livello viscerale di elaborazione dell'esperienza, facendo leva direttamente sugli appetiti. Questo è ciò che il *design* emotivo promette di fare.

Ecco che cosa sta accadendo: ho partecipato recentemente a un certo numero di eventi relativi all'industria del *design*, in cui tecniche biometriche sono applicate da *designer* alle *app*, ai giochi pubblicitari, all'*e-commerce*. Stanno collegando con entusiasmo gli affetti generati dall'utente a strumenti di rilevazioni di galvanizzazione della pelle e agli elettroencefalogrammi, connettendoli a software di riconoscimento facciale e posturale, con tecnologie di tracciamento oculare, per esplorare come certi stati emotivi, di valenza affettiva rilevabile, possano corrispondere all'identificazione con un *brand* e all'intenzione di acquisto. C'è qui il desiderio di comprendere che cosa accada all'utente a livello *non conscio* di elaborazione dell'esperienza, cosicché i *brand* possano essere innestati e gli utenti manovrati e condotti verso certe finestre di opportunità.

Di nuovo, queste pratiche concrete sono immerse nel *grigiore*. Queste tecnologie e questi metodi erano indirizzati, in origine, al trattamento neurologico di condizioni come il deficit di attenzione e la demenza. Ma, ora, non vi sono secondi fini nascosti nella loro riproposizione. Non vi è nessuno sforzo per mascherare l'invadenza di queste tecniche di marketing. La pratica della persuasione, che era divenuta una specie di *taboo* nelle vecchie arene mediatiche, è ritornata, sembrerebbe, per vendicarsi.

L'intervista è stata pubblicata online, in lingua inglese, il 25 gennaio 2013 sulla rivista **Theory, Culture and Society**, che qui pubblicamente ringraziamo per il permesso alla traduzione e pubblicazione.

L'originale dell'intervista è rintracciabile al seguente indirizzo: <http://www.theoryculturesociety.org/tarde-as-media-theorist-an-interview-with-tony-d-sampson-by-jussi-parikka/>

**Intervista con Tony D. Sampson su
“Masse, potere e postdemocrazia nel XXI secolo”**

a cura del collettivo Obsolete Capitalism.

Intervista raccolta il 14 giugno 2013

Masse, potere e postdemocrazia nel XXI secolo

‘Fascismo di banda, di gang, di setta, di famiglia, di villaggio, di quartiere, d’automobile, un fascismo che non risparmia nessuno. Soltanto il micro-fascismo può fornire una risposta alla domanda globale: “Perchè il desiderio desidera la propria repressione? Come può desiderare la propria repressione?”

— Gilles Deleuze, Fèlix Guattari, *Mille piani*

Sul micro-fascismo

Obsolete Capitalism Partiamo dall’analisi di Wu Ming, presentata nel saggio per la *London Review of Books* intitolato ‘Grillismo: Yet another right-wing cult coming from Italy’, che legge il M5S e il fenomeno Grillo come un nuovo movimento autoritario di destra. Com’è possibile che nelle elezioni italiane del febbraio 2013 il desiderio di cambiamento di buona parte del corpo elettorale sia stato vanificato e le masse abbiano di nuovo anelato – ancora una volta – la propria repressione? Siamo fermi nuovamente all’affermazione di Wilhelm Reich: sì, le masse hanno desiderato, in un determinato momento

storico, il fascismo. Le masse non sono state ingannate, hanno capito molto bene il pericolo autoritario, ma l'hanno votato lo stesso. Il pensiero doppiamente preoccupante è il seguente: i due movimenti populistici autoritari, M5S e PdL, sommati insieme hanno più del 50% dell'elettorato italiano. Una situazione molto simile si è venuta a creare in UK, nel Maggio 2013, con il successo della formazione populista di destra dello UKIP. Le tossine dell'autoritarismo e del micro-fascismo perché e quanto sono presenti nella società europea contemporanea?

Tony D. Sampson Penso alla figura del sonnambulo, così come la utilizza Gabriel Tarde, in quanto la situazione sembra prestarsi a una teoria dei soggetti in preda al sonnambulismo, e questo approccio dovrebbe valere anche per il contesto politico britannico. Quindi sì, ancora una volta, siamo di fronte a un aumento della destra populista, soprattutto nella contea dove abito, l'Essex: una contea a nord-est di Londra, situata lungo il Tamigi, molto criticata per il suo profilo conservatore. In tutto il Regno Unito l'aumento della destra non dovrebbe essere una sorpresa. I lavoratori delle classi meno abbienti e i disoccupati sono stati colpiti duramente dai tagli voluti e imposti dal governo presieduto dai Conservatori. Queste fasce di lavoratori e disoccupati cercano un colpevole per la crisi attuale, e forze politiche come l'UKIP (United Kingdom Independence Party), BNP (British National Party) ed EDL (English Defence League) hanno la politica giusta (l'unica loro possibile) per farlo: incolpare gli "Altri". Molte di queste persone, un tempo situate a sinistra, hanno completamente voltato le spalle alle forze progressiste. In parte è dovuto alle demonizzazioni propagandistiche orchestrate sia dalla Thatcher sia da Murdoch nel corso degli anni Ottanta, e in parte al fallimento della forma di democrazia borghese che hanno esperito durante i governi targati New Labour. La "Terza via" di Blair ha decimato il pensiero di sinistra nei suoi assunti

fondamentali. Blair ha traghettato il centro sinistra più a destra rispetto alle posizioni politiche dei Conservatori, grazie alle iniziative economiche che propugnano un sistema misto "pubblico-privato" e a un "laissez-faire" integrale nel settore bancario e nelle telecomunicazioni. Il risultato è che ora abbiamo una coalizione governativa composta da Conservatori e Liberal-Democratici che ripete il proprio slogan "siamo tutti nella stessa barca" come un mantra offensivo. La disoccupazione è in aumento così come i mini-posti di lavoro e i loro contratti irrisori. I Liberal-Democratici sono stati utilizzati per raccogliere il voto di protesta popolare. Nessuno credeva che potessero mai arrivare al potere. Ma lo hanno ottenuto! La disillusione, riguardo la democrazia borghese, è - se possibile - ancora più macroscopica - e questa è una buona notizia - ma potrebbe significare che, in futuro, molte persone si rivolgeranno ancora più a destra. Questo ampio fallimento macro-politico non spiega, però, tutto. A livello micro-sociale, del "popolo", stiamo vedendo, a quanto pare, il perdurare dell'inconscio politico fascista. Nell'Essex le persone hanno votato il Partito Conservatore per anni. In effetti, una domanda che la sinistra ha posto, per lungo tempo, è stata la seguente: perché le persone, in questa trascurata e traboccante Londra, sostengono una classe di politici di professione, costosamente istruiti, le cui politiche sono in netta contraddizione con i propri interessi? È la repressione che viene cercata da questo popolo? Allora sì, la domanda di Reich è ancora una volta pertinente. Dobbiamo ritornare a riflettere su ciò che Reich considerava fossero i "perversi impulsi dell'inconscio fascista"; un desiderio di repressione che filtra attraverso gli strati profondi delle scelte razionali coscienti. Perché così tante persone desiderano questo tipo di fascismo populista? Sono persone consapevoli. Non sono ingannate. I cervelli fascisti sono catturati in un misto di emozioni ribelli e idee reazionarie che si oppongono al cuore marcio della società. Ma non è la democrazia che desiderano. Hanno

bisogno di una religione per proteggersi dal caos. Bramano l'autorità, come sosteneva Reich. Vogliono credere. È noto che il pensiero binario di Reich ha contribuito a considerare in modo erroneo il desiderio da reprimere come una perversione irrazionale di uno stato altrimenti razionale. Allo stesso modo, il pensiero dello psichiatra austriaco ha mostrato che nell'ottica della sociologia marxista tale prospettiva binaria è applicabile alla macchina desiderante. I sociologi marxisti hanno sbagliato analisi sulla psicologia di massa. Contrariamente a come percepiamo le masse attraverso le lenti del pensiero marxista, le masse stesse non si percepiscono come il proletariato maltrattato che si scaglia contro l'élite borghese. Il desiderio non ha una distinzione di classe nascosta al suo interno. Come Reich sottolinea, l'ideale marxista di abolire la proprietà privata sembra scontrarsi con il desiderio del popolo per ogni tipo di merci. Reich elenca nei "desiderata" camicie, pantaloni, macchine da scrivere, carta igienica, libri e molto altro, ma noi, oggi, possiamo aggiungere all'elenco gli iPhone e le TV a schermo piatto. I cittadini, peraltro, non sembrano minimamente interessati al fatto che, del proprio *pluslavoro*, se ne appropri lo Stato o il settore privato. Non sorprende quindi che le promesse per un ritorno alle proteste studentesche del 1968 si siano del tutto spente durante l'inverno del 2011. I tumulti estivi inglesi di quell'anno, emersi come una grande forza dirompente, non si sono trasformati in una "primavera araba". Nessuno ha occupato Trafalgar Square. Sono andati dritti al centro commerciale. Il desiderio di saccheggio del ribelle deve essere analizzato, forse, come una perversione del desiderio di fare shopping.

1919, 1933, 2013. Sulla crisi

OC Slavoj Žižek ha affermato, già nel 2009, che quando il corso normale delle cose si interrompe in modo traumatico, si apre nella società una competizione ideologica "discorsiva", esattamente come capitò nella Germania dei primi anni '30 del Novecento quando Hitler indicò nella cospirazione ebraica e nella corruzione del sistema dei partiti i motivi della crisi della repubblica di Weimar. Žižek termina la riflessione affermando che ogni aspettativa della sinistra radicale di ottenere maggiori spazi di azione, e quindi consenso, risulterà fallace in quanto risulteranno vittoriose le formazioni populiste e razziste, come poi abbiamo potuto constatare in Grecia con Alba Dorata, in Ungheria con il Fidesz di Orban, in Francia con il Front National di Marine Le Pen e in Inghilterra con le recentissime vittorie di Ukip. In Italia abbiamo avuto in passato imbarazzanti "miscele politiche" come la Lega Nord, mentre ora è apparso il M5S, bizzarro rassemblement post-politico che pare combinare il Tempio del Popolo del Reverendo Jones e Syriza, "boy-scoutismo rivoluzionario" e disciplinarismo delle società di controllo. Come si esce dalla crisi e con quali narrazioni discorsive "competitive e possibilmente vincenti"? Con le politiche neo-keynesiane tipiche del mondo anglosassone e della terza via socialdemocratica nord-europea o all'opposto con i neo populismi autoritari e razzisti? Pare che tertium non datur...

TS Dovrei iniziare a interrogare me stesso sui limiti del mio approccio filosofico. Non riesco a fornire una dimostrazione "discorsiva". Si tratta di concetti relazionali, piuttosto che una serie di proposizioni logiche. In questo contesto "A" non porterà necessariamente a "B". Dobbiamo avvicinare le formazioni discorsive svelando le relazioni non discorsive degli Incontri con gli Eventi. Ad esempio, possiamo chiedere come il micro-sociale incontri la macro-politica. Dopo Reich, quali sono i nuovi livelli di esperienza? Che cos'è che attrae visceralmente il "popolo"

dell'Essex? Proprio la paura! Ecco la cospirazione/contagio proveniente dall'Europa dell'Est - sono arrivati qui per rubarci benefici e posti di lavoro! Si getta poi la colpa ai musulmani - ci vogliono uccidere tutti! Come possiamo fuggire da queste affermazioni? Quale tipo di intervento potrebbe spazzare via la nebbia del populismo che oscura le relazioni affermative percepite, l'empatia che tutte le persone represses dovrebbero avere in comune tra di loro?

Sul popolo che manca

OC Mario Tronti afferma che "c'è populismo perché non c'è popolo". Tema eterno, quello del popolo, che Tronti declina in modalità tutte italiane in quanto "le grandi forze politiche erano saldamente poggiate su componenti popolari presenti nella storia sociale: il popolarismo cattolico, la tradizione socialista, la diversità comunista. Siccome c'era popolo, non c'era populismo." Pure nell'ambito dell'avanguardia artistica Paul Klee si lamentava spesso che era "il popolo a mancare". Ma la critica radicale al populismo - è sempre Tronti che riflette - ha portato a importanti risultati: il primo, in America, la nascita dell'età matura della democrazia; il secondo, nell'impero zarista, la nascita della teoria e della prassi rivoluzionaria in un paese afflitto da contraddizioni tipiche dello sviluppo capitalista in un paese arretrato (Lenin e il bolscevismo). Nell'analisi della situazione italiana ed europea è però tranchant: "Nel populismo di oggi, non c'è il popolo e non c'è il principe. È necessario battere il populismo perché nasconde il rapporto di potere". L'abilità del neo-populismo, attraverso l'utilizzo spregiudicato di apparati economici, mediatici, spettacolari, giudiziari, è nel costruire con determinazione "popoli fidelizzati" più simili al "portafoglio clienti" del mondo brandizzato dell'economia neo-liberale. Il "popolo" berlusconiano è vent'anni che segue blindato le gesta del sultano di Arcore; il "popolo" grillino, in affannosa gestazione, sta seguendo gli stessi processi identificativi del "popolus berlusconiano", dando forma e funzio-

ne alle pulsioni più deteriori e confuse degli strati sociali italiani. Con le fragilità istituzionali, le sovranità altalenanti e gli universali della sinistra in soffitta - classe, conflitto, solidarietà, uguaglianza - come si fa popolo oggi? È possibile reinventare un popolo anti-autoritario? È solo il popolo o è la politica stessa a mancare?

TS Una sorgente della nebbia del populismo è la relazione apparentemente reciproca tra le persone e i media. Mentre le proteste in Turchia stanno scomparendo nella parte finale dei notiziari della BBC, nei vari siti di *news online*, in cima all'elenco dei più visti e/o dei più ascoltati, vi sono gli articoli relativi al prezzo della nuova playstation PS4, al nuovo look di Apple grazie al sistema operativo iOS7; e, in diretta da Westminster Abbey, un servizio speciale per celebrare il 60° anniversario dell'incoronazione della regina Elisabetta II. I media hanno perpetuato pure l'ascesa degli amabili buffoni di destra: Nigel Farage di UKIP e Boris Johnson dei Tories. Queste personalità "concettuali" della destra aiutano a oscurare i rapporti di potere nel Regno Unito, che sta rapidamente sprofondando a causa di un popolo dominato dai bulli di Bullingdon, i "nati per governare". Quindi sì, sono d'accordo con la tesi di Tronti che avete proposto, c'è populismo perché manca il popolo, o almeno, per dirla in un altro modo, è difficile scorgere il popolo in tutta questa nebbia. È di un nuovo popolo che abbiamo bisogno.

Sul Controllo

OC Gilles Deleuze nel Poscritto delle Società di Controllo, pubblicato nel maggio del 1990, afferma che, grazie alle analisi di Michel Foucault e William S. Burroughs, è emersa una nuova diagnosi della società contemporanea occidentale. Per Deleuze, le società di controllo hanno sostituito le società disciplinari nel corso del XX secolo. Deleuze scrive che "il marketing è ora lo strumento del controllo sociale e forma la razza impudente dei nostri padroni". Difficile dargli torto se valu-

tiamo l'incontrovertibile fatto che, dietro a due avventure elettorali di strepitoso successo come Forza Italia e Movimento 5 Stelle, si stagliano due società di marketing: la Publitalia 80 di Marcello Dell'Utri e la Casaleggio Associati di Gianroberto Casaleggio. Meccanismi di controllo, eventi mediatici quali exit poll, sondaggi infiniti, banche dati impenetrabili, data commodities, spin-doctoring, consensi in rete guidati da influencer, bot e social network opachi, digi-squadrismo, echo-chambering, tracciabilità dei percorsi in rete tramite cookies. Le miserie delle nuove tecniche di controllo rivaleggiano solo con le miserie della "casa di vetro" della trasparenza grillina, il web-control. Siamo nell'epoca della post-politica, afferma Jacques Rancière. Come uscire dalla gabbia neo-liberale e liberarci dal consenso ideologico dei suoi prodotti elettorali? Quale sarà la riconfigurazione della politica - per un nuovo popolo liberato - dopo l'esaurimento dell'egemonia marxista nella sinistra?

TS Non abbiamo solo bisogno di ritrovare il popolo, ma anche di comprendere meglio quali potrebbero essere i suoi desideri. Partendo da questo assunto è interessante, forse, osservare la retorica del contagio dispiegata dai Tories. Non vogliono difendere i loro privilegi; li vogliono diffondere! Questo è il tipo di discorso vuoto che è facile svelare, ma a cui è più difficile resistere! Non solo perché i rapporti di potere sono dominati dai privilegiati, ma perché il "popolo" desidera l'invenzione del privilegio. Il soggetto sonnambulo è talmente guidato dall'esempio, che gli esempi che desidera li incarna in sé. Egli desidera diventare l'esempio che sta copiando. Nell'Essex i sonnambuli sono del tutto coinvolti nella loro passione per diventare ricchi uomini d'affari, calciatori, personaggi famosi, soldati, gangster. Ovviamente la maggior parte delle persone non raggiunge mai le proprie aspirazioni, ma lotta sempre per ottenerle. Quindi, se non si può diventare ciò che si aspira, l'opzione migliore è quella di continuare a seguire l'esempio. Dove altro si può andare? Il

desiderio ha bisogno di un luogo dove andare.

Non che ogni esempio sia irraggiungibile. È abbastanza semplice diventare un soldato nell'Essex o almeno fingere di essere in coda, a sostegno dei "nostri" ragazzi, nella buona o nella cattiva sorte, tra guerre legali e illegali. Questa è la minaccia rappresentata dal partito di destra English Defence League, (EDL). Gabriel Tarde avrebbe descritto queste persone come sonnambuli; non soltanto come singoli esseri incoscienti, ma proprio incoscienti come associazione. Credo che il "gruppo di riflessione" dei Tories abbia elaborato questa cosa degli esempi molto bene. Con la stampa popolare hanno utilizzato, come portavoce, un aspirante giornalista dell'Essex, in questi giorni accusato di *phone hacking*: Andy Coulson si è fatto strada partendo da un giornale locale dell'Essex, e arrivando fino alla direzione dei tabloid velenosi di Rupert Murdoch. È stato inserito nella comunicazione dei Tories proprio per contrastare i troppi accenti etoniani (*sinonimo di alta società, n.d.r.*) con una voce che provenisse alla classe operaia. Non avrebbero dovuto preoccuparsi tanto, dato che la classe operaia dell'Essex è stata a lungo innamorata degli atteggiamenti *posh* dell'alta società inglese. Il recente aumento dell'estrema destra "spaccona", sostenuto da invenzioni simili alla campagna pubblicitaria per Margaret Thatcher organizzata dall'azienda di marketing Saatchi & Saatchi, e dal più consolidato marchio "reale", è arrivato dopo la lunga passione per il godimento che il desiderio sia represso. Come ha detto Wilhelm Reich, la classe lavoratrice non si identifica nel proletariato che lotta. Si percepisce amalgamata con la borghesia. Il che non è una brutta cosa. Ogni briciolo di cambiamento richiederebbe il coinvolgimento di tutti. Tuttavia a differenza della Turchia dove, in questo momento, sono i giovani borghesi a protestare nelle strade, qui in Essex i rilassati borghesi di sinistra si nascondono nelle loro nicchie accoglienti. Hanno troppo da perdere. Anche la crescente instabilità dei loro posti di lavoro nella City non è

ancora sufficiente per farli uscire nelle strade, nemmeno a fianco dei loro vicini più poveri. Cosa ci vorrebbe, allora, per scuoterli dalle loro gabbie neo-liberiste?

Sulla “Googlization” della politica; l’aspetto finanziario del populismo digitale

OC La prima decade del XXI secolo è stata caratterizzata dall’insorgenza del neo-capitalismo definito “cognitive capitalism”; in questo contesto un’azienda come Google si è affermata come la perfetta sintesi del web-business in quanto non retribuisce, se non in minima parte, i contenuti che smista attraverso il proprio motore di ricerca. In Italia, con il successo elettorale del M5S, si è assistito, nella politica, ad una mutazione della categoria del prosumer dei social network: si è creata la nuova figura dell’elettore-prosumer, grazie all’utilizzo del blog di Beppe Grillo da parte degli attivisti - che forniscono anche parte cospicua dei contenuti - come strumento essenziale di informazione del movimento. Questo www.bellegrillo.it è un blog/sito commerciale, alternativo alla tradizione free-copyright del creative commons; ha un numero altissimo di contatti, costantemente incrementato in questo ultimo anno. Questa militanza digitale produce introiti poiché al suo interno vengono venduti prodotti della linea Grillo (dvd, libri e altri prodotti editoriali legati al business del movimento). Tutto ciò porta al rischio di una googlizzazione della politica ovvero ad un radicale cambio delle forme di finanziamento grazie al “plusvalore di rete”, termine utilizzato dal ricercatore Matteo Pasquinelli per definire quella porzione di valore estratto dalle pratiche web dei prosumer. Siamo quindi ad un cambio del paradigma finanziario applicato alla politica? Scompariranno i finanziamenti delle lobby, i finanziamenti pubblici ai partiti e al loro posto si sostituiranno le micro-donazioni via web in stile Obama? Continuerà e si rafforzerà lo sfruttamento dei prosumer-elettori? Infine che tipo di rischi comporterà la “googlization della politica”?

TS Per molti versi questo è un secondo fronte. I contagi, causati dalle paure perpetuate dai principali media, non possono durare a lungo. Hanno bisogno del supporto di un’*intimità* simile a quella creata dalla campagna elettorale di Obama. Questa è solo la punta di uno sforzo ben più grande per orientare, spingere e sfruttare i sentimenti attraverso le reti. Si tratta, però, di un modello di propaganda diverso. Il progetto dell’*Obama-love* in rete ha il suo cuore nel design dell’esperienza e dell’interazione tra utente e web. Il rischio è che il contagio sarà così ben progettato che saremo sufficientemente distratti per non notarlo. Le migliori interfacce utente-web sono quelle invisibili.

Sul populismo digitale, sul capitalismo affettivo

OC James Ballard affermò che, dopo le religioni del Libro, ci saremmo dovuti aspettare le religioni della Rete. Alcuni affermano che, in realtà, una prima tecno-religione esiste già: si tratterebbe del Capitalismo Affettivo. Il nucleo di questo culto secolarizzato sarebbe un mix del tutto contemporaneo di tecniche di manipolazione affettiva, politiche del neo-liberalismo e pratiche politiche 2.0. In Italia l’affermazione di M5S ha portato alla ribalta il primo fenomeno di successo del digi-populismo con annessa celebrazione del culto del capo; negli USA, la campagna elettorale di Obama ha visto il perfezionarsi di tecniche di micro-targeting con offerte politiche personalizzate via web. La nuova frontiera tra ricerca medica e ricerca economica sta costruendo una convergenza inquietante tra saperi in elaborazione quali: teorie del controllo, neuro-economia e neuro-marketing. Foucault, nel gennaio 1976, all’interno dello schema guerra-repressione, intitolò il proprio corso “Bisogna difendere la società”. Ora, di fronte alla friabilità generale di tutti noi, come possiamo difenderci dall’urto del capitalismo affettivo e delle sue pratiche scientifico-digitali? Riusciremo a opporre un sapere differenziale che - come scrisse Foucault - “deve

la sua forza solo alla durezza che oppone a tutti i saperi che lo circondano”? Quali sono i pericoli maggiori che corriamo riguardo ai fenomeni e ai saperi di assoggettamento in versione network culture?

TS Le politiche riguardanti il sonnambulo di Tarde possono essere suddivise in due distinte tipologie. La prima è nella forza imprevedibile dell'incontro imitativo; nei contagi affettivi che si diffondono nella nebbia. Idee ed emozioni reazionarie possono a volte diffondersi a macchia d'olio nel corpo sociale. Sulla scia dell'assassinio accaduto nell'area di Woolwich ci aspettiamo di vedere su questo fronte un forte incremento. La seconda tipologia richiede un intervento sulle forze vitali che collegano tra di loro i sonnambuli. È necessaria, forse, un'interferenza; non una contro-imitazione, ma una non-imitazione che rompa il flusso di talune invenzioni fasciste: serve una de-territorializzazione. In effetti, il sonnambulo deve svegliarsi! Molti commentatori hanno sottolineato che si manifestano, nelle culture della Rete, entrambi i tipi di politica. I *social media* incoraggiano sia l'interventismo che il sonnambulismo. In questo senso, mi preoccupa molto che le continue ondate di petizioni elettroniche proposte su Facebook e Twitter possano avere un effetto entropico sulla protesta. Mi pare che il desiderio venga di nuovo catturato piuttosto che deterritorializzato. Mi domando, infine, se l'imitazione vitalista di Tarde può sostituire l'energia organica di Reich come forza anti-entropica. A differenza di Wilhelm Reich, Gabriel Tarde non era un pensatore binario. Ha collocato l'irrazionalità dei desideri biologici e l'apparentemente razionale in un intra-spazio inscindibile. La micro-sociologia diventa una miscela di esperienze viscerali e abitudini meccaniche, l'illusione di un sé che non è rinchiuso ma vivamente inciso dalla suggestionabilità con l'Altro. È in questa cultura multi-strato che i desideri vengono fatti propri dall'invenzione sociale. Molto spesso, a quanto pare, queste invenzioni assumono una dimensione fascista: in campa-

gna, nella città, tra la gioventù, in famiglia. Come Deleuze ha rilevato, il micro-fascismo è ovunque! Abbiamo ancora bisogno di focalizzare meglio le resistenze a tutte le forme di fascismo, attivando però le interferenze non-imitative piuttosto che le comode posizioni antifasciste. Una piccola ma significativa interferenza che abbiamo visto di recente è il Railway pub a Southend, in Essex. Un tempo era noto come il pub del BNP (*British National Party, storica formazione di destra inglese, n.d.r.*). Era il loro luogo di ritrovo. Adesso il pub è diventato altro da prima. Recentemente abbiamo visto un buttafuori che ha minacciato di espellere qualcuno per un commento razzista. Ora è un luogo di ritrovo per artisti locali, musicisti e, si spera, le prime vestigia di un tipo differente di popolo dell'Essex. Ospita serate di film apertamente di sinistra e incontri sindacali. Va sottolineato che il pub in questione non è situato in una zona confortevole per la borghesia locale, anche se questo tipo di persone lo sta iniziando a frequentare. Bisogna essere cauti nel rilevare se questo o qualsiasi altro centro culturale possa davvero incidere sul sonnambulismo populista che troviamo in Essex, ma come luogo di non-imitazione necessario alla rimozione del BNP sembra un posto interessante da esplorare. Che tipo di de-territorializzazione si verificano in questi luoghi? Quale nuovo popolo potrebbe emergere?

Rares Iordache in dialogo con Tony D. Sampson

Folla vs opinione pubblica, Ucraina vs Russia, la crisi di Gaza, la teoria del contagio e la netica

@ #hibridmedia Magazine, 19 Agosto 2014

Folla vs. opinione pubblica, Ucraina vs. Russia, la crisi di Gaza, i contagi e gli oggetti anomali nel cyberspazio, netica /(n)etica o una certa etica dell'informazione e dei fenomeni virali. Tutti questi sono temi provocatori su cui dibattere. #hibridmedia Magazine ve li offre tutti in un fantastico dialogo con Tony D. Sampson.

Rares Iordache: *Dopo ciò che è successo a EuroMaidan si va verso un conflitto tra Ucraina e Russia. Questo evento è cresciuto molto in termini mediatici e si è trasformato in un'autentica guerra. Quando penso a EuroMaidan faccio subito il paragone con gli Indignados, la protesta in Spagna. Ci sono diverse distinzioni da fare, ma sono contagi ed è la loro diffusione ad aver catturato la mia attenzione. Quali pensi siano stati gli oggetti contagiosi in questo caso? Un'altra cosa interessante è l'epidemiografia, un termine usato da John Postill. Questa è collegata anche con i fenomeni virali e gli oggetti contagiosi.*

Tony D. Sampson: Qual'è la differenza tra Spagna e Ucraina? Cosa fa esplodere la contagiosità di una protesta in una rivoluzione e in una guerra civile mentre l'altra si affievolisce? Sebbene ci siano stati modelli analoghi che sono emersi negli ultimi anni – magnificamente rappresentati nella *Big Data Social Science* di John Beierler (nonostante gli evidenti punti deboli) – non sono certo che ci sia un unico oggetto concreto o un insieme di oggetti virali a determinare ciò che diventa virale.

In *Virality* mi chiedevo cosa possiamo imparare da Gabriel Tarde. In termini di rivoluzione abbiamo bisogno di guardare oltre il dilagare di semplici e puri sistemi di credenze (ideologie) e di come i desideri vengono liberati o inibiti dalla creatività del sociale. L'oggetto del desiderio è sempre la credenza; il che significa che il biologico e il sociale si mescolano laddove le invenzioni sociali si appropriano dei desideri. Forse è necessario analizzare a fondo l'intreccio di relazioni stabilite tra il desiderio di cambiamento e le situazioni messe in campo da vecchie gerarchie, masse rivoluzionarie, folle, proteste di massa e i pubblici mediatici e le reti elettroniche.

La teoria dei *proto-media* di Tarde ci fornisce anche una familiare distinzione tra il pubblico mediatico e le masse. Le masse sono state progressivamente usurpate dai pubblici mediatici. Da un lato, le masse hanno qualcosa di animalesco in loro. Non sono facilmente governabili. Se vuoi vincere una rivoluzione probabilmente hai bisogno dell'*animale* dalla tua parte. D'altro canto il nuovo pubblico sembra essere meglio informato dai *new media*, ma in realtà può essere controllato più facilmente, per via delle distanze che i sempre più mediati flussi di informazioni schiudono tra i soggetti connessi. C'è, suppongo, minore necessità di far parte di una massa per ottenere informazioni. Questo segna

l'inizio del potere baronesco della stampa e della manifattura del pubblico di massa.

Le vecchie teorie relative al potere delle masse suggerivano che la violenta irrazionalità del potere delle stesse fosse perlopiù sufficiente a prevalere sulle vecchie gerarchie aristocratiche. I movimenti rivoluzionari predominanti hanno storicamente fatto affidamento su un certo grado di violenza – la forza delle folle – fuoriuscendo dai quartieri più poveri e assaltando i palazzi delle istituzioni.

Quale differenza, dunque, può fare la Rete? Prendiamo di nuovo la mappa delle proteste di Beierler. Un punto critico potrebbe benissimo corrispondere alla diffusione su larga scala di Internet. In effetti, ci sono echi della teoria delle masse evidenti in alcune idee popolari riguardanti i condizionamenti della Rete al giorno d'oggi. La BBC mandò in onda un documentario, un paio di anni fa, affermando in sostanza che Facebook avesse causato la Primavera Araba. Anche i governi prendono queste affermazioni seriamente, vedono i *social media* come una minaccia.

Ma la Rete può essere pensata come una massa? Le cose sono complesse. Ci sono reti all'interno delle masse e masse all'interno delle reti, ma la Rete sembra avere un potenziale rivoluzionario soltanto se può servirsi della violenza di una folla reale; una massa di persone pronte a mettere la propria vita in prima linea per la causa. In effetti sto diventando un po' scettico riguardo alla minaccia rappresentata dai *social media*. Il problema di chi protesta nella maggior parte dei paesi europei occidentali è quello di confrontarsi con un pubblico docile, guidato da media corporativi e politici borghesi. Quando gli studenti andarono fuori controllo durante le proteste contro l'aumento delle tasse universitarie nel Regno Unito la maggior parte del pubblico

sembrò scagliarsi contro di loro, accogliendo con approvazione la repressione. Altri rimasero beatamente distratti dai *gossip* sulle celebrità, dal calciomercato e dai *talent show* televisivi.

I *social media* forniscono un'alternativa che agisce come uno sfogo per la protesta. Hanno un'influenza sulla formazione discorsiva e interagiscono con le azioni delle folle. Eppure sono anche distrazione. L'estrema violenza della polizia ha giocato un ruolo nella scomparsa del movimento studentesco, ma d'altra parte gli stessi studenti non hanno chiuso i propri *account* in Rete. Ciò che generalmente fa tendenza in Rete non ha a che fare con il desiderio di cambiamento politico, ma piuttosto con l'indulgenza del bisogno di incontri gioiosi, intrattenimento, sesso, amore, scandalo, divertimento o, come sostiene Olga Goriunova, completa idiozia. C'è un potenziale rivoluzionario, forse, in questa socializzazione, ma non so bene come funzioni. Per ogni post su Facebook che incoraggia l'azione nelle strade sembra che ci siano migliaia di stupide foto di gatti.

È anche importante notare che i contagi non sono intrinsecamente radicali. I contagi possono essere molto conservatori. Come mette in evidenza Barbara Ehrenreich, l'unica "rivoluzione" inglese si basò sulla propagazione di un sistema di credenze calviniste che si opponeva al tipo di festività e carnevali che possiamo associare solitamente con l'animalità delle proteste radicali. Come la mappa di Beieler problematicamente ci illustra, il contagio potrebbe essere una protesta di Occupy o del Tea Party...

Forse la Rete è un ibrido di folla e opinione pubblica oppure una massa simulata alla quale manca l'animalità delle vere e proprie folle. Non possiamo assaltare la Bastiglia soltanto con i *tweet*! La massa deve diventare una forza brutta che s'intreccia con gli

slogan della Rete. Quindi sì, ogni tentativo di produrre una epidemiografia dei movimenti di protesta, che studi l'interazione tra la rete e la massa, è ben accetto.

Rares Iordache: *Cerchiamo di stabilire una triangolazione tra l'archeologia dei media, il cyber-spionaggio e la filosofia dell'informazione. Possiamo cominciare la discussione su questo tema a partire dal caso particolare dell'archeologia della Rete. A questo punto, a fianco dell'impatto di un'informazione fluida e della sua trasgressione, possiamo parlare di un certo tipo di etica dell'informazione. In realtà si tratta del modo in cui noi usiamo l'informazione nel cyberspazio. Questo argomento ha le sue ragioni. Possiamo instaurare un equilibrio tra la quantità e la qualità dell'informazione grazie a Luciano Floridi. Definisco questa etica (n) etica perché tutto dipende dalla sua funzionalità. In realtà, Netica è un software sviluppato da Norsys Software Corporation. Il suo scopo è di rendere la Rete più intelligibile per noi. Tutto si fonda su un insieme di algoritmi. Dunque, quali sono le tue prime impressioni riguardo a questa triangolazione e al suo ripensamento basato su (n)etica?*

Tony D. Sampson: L'archeologia dei media è molto attraente; non da ultimo perché ci aiuta a ideare vie attraverso le quali possiamo rovistare negli archivi dell'invenzione dei media senza porre limiti di disciplina al ricercatore. Come affermano Erkki Huhtamo e Jussi Parikka, l'archeologia dei media necessita di andare quasi sempre contro il buon senso. È nomade. Penso che ogni tentativo di triangolazione debba tenere presente questa caratteristica. Affinché questa triangolazione funzioni, occorre che l'archeologia smetta di preoccuparsi dell'etica. A ciò risponde la mappatura del rumore di Parikka e il recente libro di Genosko sulla teoria della comunicazione. Molte delle storie 'tecniche' di Shannon e Weaver si rifacevano al loro tenere sotto controllo il «rumore», ma oggi ci sono archivi di «incidenti» catturati in raccolte di virus per computer o nella musica *glitch*.

Può darsi che un'istanza etica sia trattare il rumore non considerandolo semplicemente come un nemico dell'informazione, ma come qualcosa che ha un potenziale comunicativo al di là di posizioni etiche fisse. *Netica* pare un esempio affascinante di archeologia dei *media*. Grazie per averlo fatto notare. Sarebbe davvero interessante sapere come le reti bayesiane integrano il rumore nei circuiti logici dei diagrammi di credenza. Per quanto mi riguarda sarei interessato a capire fino a che punto questi diagrammi di decisioni in gran parte cognitive affrontano le emozioni, i sentimenti e gli affetti coinvolti nel ragionamento. C'è una linea di collegamento tra i programmi tipo *Netica* e lo sforzo combinato di integrare le emozioni nel *Machine learning*? Immagino di sì.

Rares Iordache: *Il conflitto tra Israele e Gaza. Qualunque discussione riguardo a questo evento è un fenomeno virale, è chiaro, ed è una forma di manipolazione. Una manipolazione che ha a che fare con l'informazione. Dove sono le affezioni, dove sono i contagi o gli oggetti virali?*

Tony D. Sampson: Che tipo di fenomeno virale è questo? Il movimento di protesta si gonfia come risultato del coinvolgimento emozionale provocato da questo orrore. C'è la formazione di una massa. La morte di persone innocenti, molte delle quali sono bambini, agirà come un potente contagio emozionale. A malapena possiamo osare guardare questa aperta crudeltà. Ma che influenza hanno queste proteste sui governi? Prima dell'invasione dell'Iraq c'erano milioni di persone a protestare per fermare la guerra. Posso solo pensare che il fallimento del governo nell'interrompere la vendita di armi, cui abbiamo assistito fino a questo momento, o nel condannare con più forza l'asimmetrico massacro di innocenti da parte di Israele, esibisca un certo tipo di autismo politico al cuore di questa classe dirigente. Dare la

priorità alla vendita di armi e supportare il blocco di Gaza a favore di questo massacro è un'oscenità.

Il contagio più efficace sarà molto probabilmente il dilagare della vendetta nel Medio Oriente per la morte di così tanti innocenti. Le azioni dell'IDF (l'esercito israeliano, n.d.r.) e dei loro fornitori di armi in Occidente stanno producendo un'epidemia di vendicatori. Questa sarà una folla di persone che andrà in prima linea. E si collegherà in Rete.

Rares Iordache: *Tu hai scritto «Viralità: la Teoria del Contagio nell'Era della Rete», un libro che traspone la viralità sul terreno sociale. Ripensi le idee di Tarde mescolandole con strutture deleuzo-guattariane. È più di un recupero di Tarde, ma al di là di queste influenze, qual'è il supporto teoretico delle tue ricerche?*

Tony D. Sampson: Il progetto è iniziato con l'interesse verso le potenzialità dei virus dei computer – come questi codici anomali possano fornire una libera alternativa al tipo di spazi di informazione chiusi che troviamo all'interno dei sistemi di software di proprietà. In diversi modi, ciò è rimasto parte della ricerca, che si è espansa in direzione della viralità e della teoria sociale e, in particolare, della storia della teoria delle masse – muovendosi verso Tarde, Le Bon, Freud, Milgram, Deleuze e Guattari - per finire con gli studi sulla Rete, i condizionamenti affettivi e il marketing. Il sistema aperto delle reti elettroniche virali si è spostato - sotto certi aspetti - verso l'apertura esistente nella relazione contagiosa tra sé e l'altro in una più generalizzata rete sociale. Anziché trovare una nuova era del contagio, ho scoperto che il contagio era sempre stato lì.

Se oggi dovessi voltarmi indietro e fare un bilancio, direi che il maggiore scopo filosofico del progetto era quello di far col-

lassare le differenze tecnologiche, sociali e biologiche. Ho fatto di tutto per non schierarmi con il pensiero deterministico e mi sono concentrato sui gradi inconsapevoli degli stati consci e inconsci, tra stati affettivi e rappresentativi, tra un'abitudine volitiva e meccanica... Non sono certo, però, del successo che può aver avuto questo sforzo!

Rares Iordache: *Sei in contatto con il Romanian Project Bureau of Melodramatic Research. Cosa pensi delle ricerche e dei progetti rumeni?*

Tony D. Sampson: La mia visita a Bucarest è stata un'esperienza fantastica – uno dei migliori inviti da quando ho pubblicato *Virality*. La discussione che ho avuto lì con diverse persone mi ha fornito tante nuove idee riguardo al mio prossimo progetto sulla neurocultura. Seguo ancora il lavoro del BMR e sono stato abbastanza fortunato da incontrare Alina e Florin a Londra l'anno scorso. Infatti, uno dei libri di maggior valore nella mia collezione è il loro piccolo pamphlet intitolato *End Pit*. È un'ottima lettura. Sapere che il progetto coincideva, al tempo, con le proteste in Turchia rende tutto ancora più affascinante. L'arte di protesta come interferenza o «incidente»; un misto di performance, arte affettiva e politica.

Rares Iordache: *Il cyberspazio è pieno di anomalie, oggetti contagiosi, virus e fenomeni/oggetti virali. In questo contesto, sono le ecologie dei media le cose più importanti per il nostro cyberspazio? Allo stesso tempo, cosa pensi di un'ecologia basata sulla rete semantica?*

Tony D. Sampson: Dunque, sì, sono questi oggetti, processi e invenzioni, come sostiene Matt Fuller, che compongono il mondo, lo sintetizzano, lo fissano, e rendono disponibili nuovi mondi. Mondare l'anomalia da questo mondo è insensato, come abbiamo sostenuto in *The Spam Book*. Ci potrebbero essere molti modi

per introdurre l'individuazione di intrusi e di reti immunologiche, per sradicare le erbacce, ma il potenziale dell'anomalia di fuoriuscire e di infettare è sempre in agguato.

Non sono sicuro del modello semantico della rete. Mi chiedo quanto di anomalo figurerà nella lettura dati di una macchina automatica. Quale minaccia pone anche per l'anonimato? Penso che, ritornando a quanto ho già detto, sia l'anomalia che potrà aggiornare la Rete in una folla; è il suo divenire animale. La tendenza è, mi sembra, quella di scivolare sempre di più verso una stabilità conservatrice basata sulla paura dell'altro (umano e non umano). Quello di cui abbiamo bisogno è che una novità nomade si impadronisca e deterritorializzi questi territori del pregiudizio.

Rares Iordache: *Parliamo dei tuoi interessi attuali e futuri, siano ricerche o scritti.*

Tony D. Sampson: Mi sono preso un periodo sabbatico in questo momento, mentre lavoro ad alcuni progetti. Sto scrivendo un libro sulla neurocultura (*The Assemblage Brain: Sense Making in Times of Neurocapitalism*, 2016 - n.d.r.). Questo libro esplora l'ascesa delle neuroscienze, e il suo impatto sul pensiero nomade, attraverso vari saggi sul cervello in relazione al controllo, al lavoro e all'arte.

Sto anche collaborando con varie persone. Con l'artista Dean Todd sto sviluppando quella che io chiamo 'teoria distopica dei media'. Sto lavorando anche con Jairo Lugo dell'Università di Sheffield su un progetto che rivisita la teoria dei media di Tarde. Siamo interessati a capire fino a che punto i condizionamenti dei *social media* influenzano le decisioni e i contenuti editoriali.

Biografie

Tony D. Sampson è docente di *digital media culture* all'Università di East London. Le sue pubblicazioni includono: *The Spam Book*, pubblicato insieme a Jussi Parikka (Hampton Press, 2009), *Virality: Contagion Theory in the Age of Networks* (University of Minnesota Press, 2012), *The Assemblage Brain: Sense Making in Neuroculture* (University of Minnesota Press, Dec 2016) e *Affect and Social Media*, pubblicato insieme a Darren Ellis and Stephen Maddison (Rowman and Littlefield, 2018). Tony è organizzatore di conferenze su Affect e Social Media; co-fondatore del Club Critical Theory di Southend, Essex; direttore di EmotionUX Lab all'Università di East London. La sua ricerca si focalizza su un ampio spettro di interessi legati alla cultura dei media digitali, e si è specializzata in social media, viralità (contagio socio-digitale), modelli di rete, convergenza tra *experience design* (UX) e marketing, concatenamento e teoria degli affetti, *critical human computer interaction* (c-HCI), attivismo digitale e neurocultura (e.g. neuro-marketing, neuro-economia e neuro-estetica).

Jussi Parikka insegna Technological Culture & Aesthetics at University of Southampton (UK) ed è docente in *Digital Culture Theory* alla University of Turku in Finlandia. Parikka è un noto teorico dei *New Media* a livello internazionale. Tra le pubblicazioni, da segnalare: *What is Media Archaeology?* (Polity: Cambridge, 2012); *Insect Media: An Archaeology of Animals and Technology* (University of Minnesota Press: Minneapolis, 2010) *Posthumanities-series*; *Digital Contagions. A Media Archaeology of Computer Viruses* (Peter

Lang: New York, 2007); e, con Erkki Huhtamo, *Media Archæology: Approaches, Applications, and Implications* (University of California Press, Los Angeles, 2011). È co-editore (Tony D. Sampson) del libro *Spam Book: On Viruses, Porn, and Other Anomalies From the Dark Side of Digital Culture* (Cresskill, NJ: Hampton Press, 2009). Le più recenti uscite sono: il testo *The Anthrobscene* (University of Minnesota Press, 2014) e l'opera *A Geology of Media* (University of Minnesota Press, 2015). Sta attualmente lavorando alla pubblicazione (2016) per la seconda edizione di *Digital Contagions*. Ha un blog personale, *Machinology*.

Rares Iordache è un blogger, giornalista, scrittore rumeno. È coordinatore del progetto web di #hibridmedia. Scrive sul proprio blog al seguente indirizzo: <http://raresiordache.ro>

Obsolete Capitalism è un collettivo di ricerca indipendente che si occupa di arte, filosofia e rizonomia. Pubblica le collane digitali di *Strong of the Future*, *Rhizonomics* e *War Machines and Molecular Fascism* per la casa editrice Rizosfera al seguente indirizzo: <http://rizosfera.net>

1. See John Beieler's map: <https://vimeo.com/115366102>