

## Dei corpi intermedi della tecnopolitica: dalla logica della rappresentanza alla logica della rappresentazione

**Marco Giacomazzi**

Università di Bologna

marco.giacomazzi3@unibo.it

**Abstract** Il 15 dicembre 2016 Mark Zuckerberg riconosce che Facebook abbia superato la sua idea di una “*technology that information flows through*” e si trova costretto a dichiarare che si tratti di una “*new kind of platform for public discourse*”. L'introduzione di sistemi informatici e digitali nella vita democratica ha trasformato le logiche del discorso politico, rappresentando un cambio di paradigma per la partecipazione mediata alla vita pubblica. La Tecnopolitica, intesa come evoluzione dei meccanismi di delega della sovranità tramite sistemi tecnologici di rappresentanza, rappresenta il campo in cui indagare la problematicità della mediazione nelle posizioni politiche attraverso i media digitali. L'obiettivo del saggio sarà di individuare i meccanismi semiotici alla base della partecipazione al discorso pubblico mediata da piattaforme digitali. Alla base della democrazia vi è un meccanismo di costruzione del consenso che passa attraverso la delega a dei rappresentanti: cosa accade quando il consenso si costruisce attraverso le piattaforme digitali? Quali logiche orientano la costruzione del discorso politico in questi contesti?

**Keywords:** Tecnopolitica, Semiotica, Semiotica della cultura, Media Digitali, Social Media, Discorso Politico, Rappresentanza, Democrazia.

Received 08/05/2023; accepted 20/06/2023.

### 0. Introduzione

Stefano Rodotà definisce come Tecnopolitica (1997) la trasformazione delle logiche politiche di stampo democratico attraverso l'introduzione di sistemi informatici e poi digitali. Un esempio di queste logiche di stampo politico è la delega della sovranità da parte del collettivo verso gli organi della politica attraverso sistemi di rappresentanza: questi processi, da sempre *mediati* dall'utilizzo di tecnologie, entrano in una nuova era con l'elettronica. Rodotà individua, nell'espansione e nel progressivo acquisto di rilevanza da parte dei “calcolatori elettronici”, un cambio di paradigma politico, una nuova stagione per la mediazione della partecipazione alla vita pubblica.

Qual è il destino della democrazia nel tempo in cui le tecnologie dell'informazione e della comunicazione ridisegnano i luoghi della politica, abbattano confini, negano gli stessi vincoli dello spazio e del tempo, cancellano soggetti antichi e creano soggettività nuove? Se questi sono gli effetti del cambiamento, allora non è soltanto

una particolare forma politica ad essere in gioco. È l'intera società che, giorno dopo giorno, si scopre continuamente mutata. E con essa cambiano di senso diritti e linguaggi, i modi stessi della costruzione della personalità (Rodotà 1997: 3).

L'obiettivo di questo saggio è quello di indagare la problematicità teorica della *mediazione* di posizioni politiche attraverso media digitali in una prospettiva semiotica. Se il lavoro di Rodotà può essere ascritto a una filosofia del diritto o a una filosofia politica, si vuole in questa sede rilevarne il portato marcatamente semiotico in virtù dei problemi comunicativi e di linguaggio che solleva. Proprio il ruolo culturale e politico dei *social media* permette di cogliere il precipitato semiotico del concetto di *tecnopolitica*: si è assistito negli ultimi anni a un cambiamento di paradigma (Lorusso 2018; 2020; 2022) nei meccanismi di costruzione dell'*autorevolezza* a livello mediatico, e uno stravolgimento delle logiche discorsive di costruzione del consenso.

Non si tratterà in questa sede delle piattaforme di cosiddetta “democrazia diretta” o, nei termini di Rodotà, di *iperdemocrazia*, che meriterebbero un'analisi a parte e necessiterebbero degli adeguati strumenti di descrizione. La *tecnopolitica* è una condizione che si vuole sostenere è anche semiotica poiché chiama in causa la trasformazione dei linguaggi e del *discorso* politico, attraverso uno stravolgimento dei regimi semiotici che lo regolano e un inquadramento delle attività di produzione testuale dei prosumer che *media* e *negozia* la loro partecipazione alla vita politica. Se da un lato le piattaforme digitali quali i *social media* portano con sé la promessa di rendere immediata la partecipazione al corpo politico, rendendo gli utenti protagonisti del discorso pubblico, dall'altro lato essi si costituiscono come lo spazio intersoggettivo che è condizione di possibilità di nuove forme di autorevolezza e legittimità.

Se queste categorie si sono sempre date all'interno di un quadro democratico, sfondo e condizione di *felicità* per la loro costruzione, gli ambienti digitali dei *social media* si sono fatti luogo privilegiato per la costruzione di un consenso politico fondato su una nuova modalità di partecipazione, lontana dalla vecchia scena simulacrale dell'Opinione Pubblica, teatro di una *logica della rappresentanza*, e all'interno di nuovi regimi discorsivi, caratterizzati da una *logica della rappresentazione*.

## 1. La tecnopolitica: un problema semiotico

### 1.1. Semiotica (della cultura) dei media

Proporre una distinzione tra *logiche di rappresentanza* o di *logiche della rappresentazione* potrebbe far pensare a una differenziazione analitica tra una “semiotica delle pratiche” e una “semiotica del testo”. Tuttavia, l'obiettivo del presente saggio non è quello di trattare di pratiche significative o oggetti di studio diversi: come si vedrà più avanti, la *logica della rappresentazione* e la *logica della rappresentanza* non sono da intendere come logiche appartenenti da un lato ai testi del discorso politico e dall'altro delle pratiche di rappresentanza politica. Non si tratta di condizioni ontologiche statiche, né di categorie mutualmente escludenti; né tantomeno di formazioni storiche in progressione (cfr. Sedda, Demuru 2018) e sicuramente non di descrizioni deterministiche del funzionamento delle tecnologie digitali. Si tratterebbe, nell'ottica di una semiotica della cultura attenta alla dimensione intermedia del *discorso*, di logiche culturali trasversali ai testi, che ristrutturano il significato tanto dei testi che permeano quanto delle pratiche che istituiscono

Perché una semiotica della cultura? Quest'ultima indaga la semiosfera (Lotman 1985) come spazio di traduzione e di costituzione delle soggettività collettive (Lorusso 2019). La proposta qui avanzata è quella di studiare i media digitali come *ambienti* in cui avvengono questi processi semiotici. Ciò che distingue la semiotica da altre scienze del

linguaggio è il suo essere una scienza che studia i meccanismi situati della significazione, che non si vuole *teoria del canale* (cfr. Paolucci 2020) ma che osserva singoli processi di significazione come determinati storicamente e culturalmente. Allo stesso tempo è compito della semiotica rilevare le *logiche culturali* (Ferraro 2014) soggiacenti alle diverse manifestazioni espressive che permettano di motivare le riflessioni sul linguaggio politico “senza ridurlo a descrizioni e categorizzazioni sostanzialiste” (Sedda, Demuru 2018: 132). Questa postura epistemologica la orienta in una direzione che permette di evitare i problemi del determinismo tecnologico, permettendo una semiotica della cultura dei media (Giacomazzi 2022): non per concentrarsi su singoli testi mediatici, ma proprio per cogliere il posizionamento e l'attività dei media digitali attraverso uno sguardo relazionale ed anti-essenzialista. La pervasività dei media digitali non si porrà così come *deus ex machina* della nostra vita politica, ma, in ottica semioculturale, sarà intesa come fenomeno privilegiato in cui ricercare le *logiche* della cultura.

Nella sua ricognizione delle linee di ricerca semiotiche sul tema dei media digitali, Mangiapane (2022) spiega come lo sguardo del semiotico sul digitale si caratterizzi attraverso analisi “specializzate”: una semiotica della moda fa emergere gli *stili* del digitale, una semiotica dell'immagine fa emergere le specificità dei *visual big data* ecc. Si vuole però qui pensare ai media digitali nel loro ruolo *culturale*: all'interno della sfera pubblica essi hanno subito un processo di attorializzazione a tutto tondo, completo di ruoli tematici e figurativi, e si configurano come ‘luoghi’ privilegiati della ricerca semiotica in questo senso.

Così, il digitale e la rivoluzione che esso ha portato all'interno della vita culturale, politica e sociale non costituirebbero la manifestazione di inevitabili conseguenze date dalla struttura materiale dei media, né la conseguenza di una *persuasione occulta diffusa*. Lo sguardo dell'analisi semiotica non è né integrato – non prevede una possibilità *emancipatoria* dei media digitali *per se* – né apocalittico – rifiutando ogni forma di determinismo tecnologico che vedrebbe utenti e pubblico come inevitabilmente *influenzati* o condizionati dai media digitali.

Se il rapporto tra utenti e piattaforme sfugge la forma dell'influenza, è necessario tuttavia considerare contemporaneamente le pratiche semiotiche dei primi come *azioni strategiche* all'interno della cornice mediale: i media digitali, con le loro interfacce, i loro algoritmi, il loro posizionamento semioculturale, i discorsi su di essi, le loro tematizzazioni, assiologizzazioni, le loro potenzialità *protetiche* (cfr. Paolucci 2020) si caratterizzano come *testi*, e nella fitta rete intertestuale della rete essi diventano contesti rispetto ai testi prodotti dagli utenti: cornici inevitabilmente significanti in cui ricercare le logiche della cultura e in cui l'attività enunciante degli utenti viene costantemente negoziata.

## 1.2. Semiotica del discorso tecnopolitico

La semiotica permette di non fare distinzioni tra la comunicazione politica e la vita politica stessa. Il discorso politico, secondo Landowski (1989: 9) “realizza certi tipi di atti sociali che trasformano i rapporti intersoggettivi”. Seguendo invece Marrone (2001: 225-6): il discorso politico comprenderebbe

le attività comunicative degli uomini politici, linguistiche e non, che “hanno un valore performativo in quanto tali” e “la prassi politica, in quanto inserita in una configurazione strutturata di azioni e reazioni” che è quindi sempre significativa, ossia è da considerarsi in tutto e per tutto come una forma, per quanto implicita, di comunicazione.

L'organizzazione politica democratica si configura così come un sistema *anche* linguistico che permette una serie di atti linguistici performativi, una condizione di felicità degli enunciati performativi (Austin 1962). Il nostro mondo sociale, le nostre pratiche, rispondono di una dimensione intersoggettiva e condivisa che dà legittimità ad una serie di atti linguistici come l'investimento di potere di rappresentanti politici, con diverse conseguenze di stampo pragmatico. Questo è il quadro entro cui si costruiscono semioticamente le categorie di *legittimità* e *autorevolezza*, che pur essendo distinte dall'*autorità* – che ha che fare ad esempio con la delega ad utilizzare la violenza – ne costituiscono una cornice, una *condizione semiotica di possibilità*, che la rende socialmente accettabile ed accettata.

Legittimità e autorevolezza, lungi da essere delle qualità calate dall'alto, rispondono di una dimensione intersoggettiva e sono soggette alle trasformazioni dei regimi discorsivi del nostro tempo. I fenomeni organizzati di *hate speech* di massa, così come la costruzione di consenso all'interno delle cosiddette *filter bubble* (Pariser 2011); le camere dell'eco (Quattrocchi, Vicini 2016; 2018), o i subreddit *alt-right*: tutti questi esempi dimostrano come all'interno di sistemi mediati da tecnologie tendano a formarsi dei meccanismi di costruzione di legittimità e autorevolezza che non hanno niente a che vedere con le garanzie del sistema democratico. Se si pensa ai fenomeni di espressione di *giudizi* violenti o discriminatori online si può notare come queste collettività – in cui l'alterità viene sacrificata in virtù di una coesione comunitaria su base identitaria (cfr. ibidem; Sedda, Demuru 2018) – costituiscano degli sfondi in cui emergono nuove forme di legittimità e autorevolezza, le quali o non passano per le tradizionali figure del discorso politico o che ne costituiscono delle *nuove*.

Il discorso politico – e la socio-semiotica ha lavorato molto in questo senso – è sempre stato condizionato dall'attività di mediazione dei mezzi di informazione, ben prima dell'esplosione dei media digitali. È proprio in questo contesto che si colloca la teoria di Landowski (1989) dell'Opinione Pubblica come *personaggio* di quella particolare forma di narrazione che è il discorso pubblico, un soggetto dotato di un'esistenza semiotica, costruita per *mediare* e *prendere il posto* di un pubblico / popolo che è al di fuori di questa rappresentazione teatrale. L'Opinione Pubblica emerge all'interno di un contesto mediatico, ma funziona perfettamente nella separazione dei ruoli del discorso politico tradizionale:

è soltanto all'interno del sistema di rappresentazione “mediatica” che sono prodotte le differenziazioni strutturali di cui noi cerchiamo di rendere conto: non si dà un “silenzio del pubblico” che in funzione dell'emergenza del “discorso dell'opinione”, vale a dire nel quadro della teatralizzazione della comunicazione sociale (Landowski 1989: 30).

L'Opinione pubblica servirebbe quindi per la *produzione di racconti* come “storia del presente” (funzione interpretativa) che motiverebbero l'agire della classe politica, ma anche come operatore discorsivo simulacrale della classe dei governati all'interno delle produzioni testuali dei governanti.

All'interno delle piattaforme *social media* invece questi ultimi trovano un nuovo spazio di rappresentazione, uno spazio che permette loro continuamente *la presa pubblica di parola*, o la *partecipazione* al discorso pubblico: questo avverrebbe secondo il modello di Jenkins (2006) che vede il web 2.0 come foriero di un *participatory turn*, per cui tutta la comunicazione mediata da tecnologie digitali – e quindi, secondo il teorico, la quasi totalità della produzione culturale contemporanea – risponderebbe di una logica di partecipazione diretta da parte dei pubblici.

I nuovi fenomeni di costruzione di legittimità e autorevolezza, secondo gli studi mediali o sociologici, viene quindi spiegata attraverso la categoria dei *prosumer*: i nuovi utenti consumatori e produttori di contenuti. Il Web 2.0 rappresenta il prosieguo di quelle tecnologie elettroniche prima, e digitali poi, attraverso le quali si passerebbe da una democrazia intermittente, che è quella dove si ritrovano spazi e tempi dedicati alla politica, a una *democrazia continua* “dove la voce dei cittadini può levarsi in ogni momento e da qualsiasi luogo e diventare parte del concerto politico quotidiano” (Rodotà 1997: 4): la Tecnopolitica favorirebbe in questo senso la dissoluzione, nel contesto apparentemente *disintermediato* del digitale, delle forme di mediazione discorsiva, dando al pubblico la possibilità di gettarsi direttamente all’interno della vita politica e di “contattare” (come *entrare in contatto*) gli attori della politica, le istituzioni.

Tuttavia, le categorie di *prosumer* e di *disintermediazione* per la semiotica si costituiscono come *explanandum* più che come *explanans*: se si adotta uno sguardo semiotico ci si accorge che l’attività di *posting* all’interno delle piattaforme digitali è un’attività enunciativa che è resa possibile da *assemblaggi di mediatori*, ossia testi attraverso i quali essi costruiscono la propria attività, che li prevedono e con i quali essi interagiscono. Il concetto di disintermediazione, protagonista assoluto degli studi sociali sulla disinformazione (Quattrocioni, Vicini 2016; 2018), serve a descrivere un sistema in cui i tradizionali *agenti* del panorama informativo (come i quotidiani) e la loro attività di mediazione delle informazioni sarebbero scomparsi, lasciando il posto a un accesso “diretto” alle informazioni da parte degli utenti delle piattaforme digitali. Lo sguardo semiotico tuttavia ci insegna a dubitare di un concetto come quello di disintermediazione, perché è impossibile pensare a una comunicazione – o a una pratica significativa di qualsiasi tipo – come *immediata* o priva di mediazioni. Ogni conoscenza è mediata da segni, e i media digitali si costituiscono come testi tutt’altro che neutrali.

I *social media*, pur nascondendosi dietro il *mito* della disintermediazione, che comprende l’idea di partecipazione, inclusività, della possibilità di dare la voce a tutti e tutte, costruiscono delle cornici significanti in cui i testi acquistano o negoziano senso. Questo avviene non solo attraverso logiche quantitative di stampo algoritmico: il problema che queste piattaforme portano con sé è l’inquadramento all’interno di *regimi discorsivi* che influiscono sui nostri processi enunciativi e di attribuzione di senso. Si tratta di meccanismi interamente semiotici di negoziazione del significato dei testi a partire dal loro inserimento all’interno di un determinato sistema, in virtù del principio strutturalista di determinazione relazionale del valore. L’attività di *posting* all’interno dei media digitali non appare più come forma di partecipazione disintermediata al discorso pubblico, ma come un’enunciazione strategicamente orientata a inserire una rappresentazione all’interno di un determinato ecosistema mediale.

### **1.3. Logica della rappresentanza e logica della rappresentazione**

Per questi motivi si ritrovano gli strumenti per descrivere il discorso tecnopolitico contemporaneo nella cornice di quella stessa sociosemiotica che permetteva di descrivere i meccanismi dell’Opinione Pubblica. Nel 2001, Marrone rilegge la teoria landowskiana per descrivere il discorso politico attraverso il riferimento a due regimi semiotici distinti, uno caratterizzato dal *discontinuo* e uno dal *continuo*. Il primo, che è regime semiotico delle rappresentazioni narrative della scena politica, è il regime dell’Opinione Pubblica:

La prima di queste forme del discorso politico presuppone un funzionamento in qualche modo istituzionale della macchina teatrale e, dunque, politica. Al suo interno, ogni elemento conserva un proprio posto specifico e esercita una funzione

che, per quanto sottilmente ambigua, è in ogni caso ben precisa, indirizzata a scopi predeterminati e specifici. L'autolegittimazione mascherata del Potere è l'esito di una struttura semiotica in cui ogni elemento viene determinato in relazione agli altri, dove ogni soggetto agisce in funzione delle azioni degli altri soggetti. Il significato complessivo di una macchina di questo tipo è dato dalla sua articolazione interna, dal sistema di differenze e di opposizioni fra le parti che la compongono. Da qui la produzione di un discorso, per così dire, tradizionalmente politico, costitutivamente chiuso, legato all'acquisizione e all'esercizio di un potere che si prende in carico "la gestione degli affari di interesse comune all'interno di uno Stato (o, per estensione, di qualche altro tipo di unità sociale determinata)" (Marrone 2001: 267).

Il secondo, quello del *corpo politico*, descrive invece le condizioni di possibilità del pubblico, del politico in senso lato:

Tutt'altro regime semiotico è legato al discorso che mette in scena il Corpo politico. Laddove la figura dell'Opinione pubblica fa riferimento a una logica di tipo narrativo, e dunque a modelli di significazione di tipo razionalistico e inferenziale, il discorso politico che adopera (costruisce, sfrutta e trasforma) passioni e sensazioni sembra mettere in moto fenomeni sociali di tipo continuo, apparentemente privi di articolazione interna, difficilmente formalizzabili ma comunque proponibili come modelli generali di spiegazione del mondo. Siamo ai limiti della politica tradizionalmente e propriamente detta, ai margini delle istituzioni e dei soggetti politici incaricati di gestire la Cosa pubblica, eppure alla base della Cosa pubblica stessa, alle radici delle sue possibilità d'esistenza. Come immaginare «affari di interesse comune», e dunque un qualcosa di "pubblico", senza un preliminare sentire in comune, senza un qualche processo profondo di produzione e di riproduzione continua della socialità? Come pensare - per dirla in termini kantiani - alle condizioni di possibilità dell'universo politico se non in termini di una *basica*, ossia affettiva e sensoriale, costituzione dell'intersoggettività? (ivi: 267-8).

La differenza tra i due regimi semiotici sembra quindi apparire come quella tra discorso politico tradizionale e discorso tecnopolitico: le tecnologie digitali, secondo i modelli della partecipazione e della disintermediazione, permetterebbero un accesso estetico al Corpo politico, al regime del collettivo, abbandonando la necessità delle rappresentazioni discrete dell'Opinione Pubblica. Se si prende tuttavia in considerazione il fatto che i media digitali sono dei dispositivi di rappresentazione e mediazione che pongono in essere enunciazioni strategiche, allora ci si rende conto che il discorso tecnopolitico non è affatto più *diretto* o immediato del primo dei due regimi semiotici. È in questa distinzione che emergono i termini attraverso i quali si articolano le logiche della *rappresentanza* e della *rappresentazione*. Quella che intendo chiamare "logica della rappresentanza", come attività democratica mediata dalle istituzioni, prevede una democrazia intermittente (discontinua), che fonda nel regime semiotico della rappresentazione simulacrale istituzionale (regime semiotico del discontinuo) in quanto *partecipazione mediata* al Corpo Politico (regime semiotico del continuo). Quella che invece intendo chiamare "logica della rappresentazione" *maschera* le sue attività di mediazione presentandosi come *democrazia continua*, e rende trasparente la mediazione con il regime semiotico del discontinuo con la pretesa di essersi liberata della messa in scena simulacrale. Se la mediazione di rappresentazioni è inevitabile, sia nella logica della rappresentanza che quella della rappresentazione, i *social media* costruiscono l'illusione di contatto con il pubblico, con la realtà, con la collettività. Questi dispositivi di

rappresentazione danno l'illusione della disintermediazione, costituendosi invece come dei luoghi mediali di *neo-intermediazione* (Barberis 2022).

La scelta di chiamare la seconda *logica della rappresentazione* deriva dalla lezione barthesiana sull'*illusione referenziale*. Se la "rappresentanza" democratica è un meccanismo semiotico di raccolta, mediazione e delega di informazioni da parte di soggetti politici, allora fa emergere il problema teorico della "rappresentazione" come operazione semiotica che inevitabilmente procura uno *scarto* di senso:

La «rappresentazione» pura e semplice del «reale», la nuda relazione di «ciò che è» (o è stato) appare dunque una resistenza al senso; tale resistenza conferma la grande contrapposizione mitica tra vissuto (vivente) e intelligibile; basti ricordare che, nell'ideologia del nostro tempo, il riferimento ossessivo al «concreto» [...] è sempre armato come una macchina da guerra contro il senso, come se, per un'esclusione di diritto, quel che vive non potesse significare, e vice versa (Barthes 1984: 156).

Si potrebbe anche chiamare, a scanso di equivoci, *logica della referenza*, o della referenza presunta. Grazie a questa mossa barthesiana si possono ritrovare nella logica della rappresentazione le caratteristiche proprie di un più generale *discorso del digitale*: è proprio questa promessa di una rappresentazione fedele del reale che ne anima i processi semiotici, come la *datificazione*, teorizzata all'interno dell'approccio umanistico ai dati (cfr. Drucker 2011), la quale consiste in un processo di *riduzione della complessità del mondo* attraverso dati presentati come perfettamente rappresentativi del reale e, contemporaneamente, perfettamente accessibili da chiunque.

#### 1.4. Populismo o *social-ismo*? Il trionfo della rappresentazione

La ricca ricerca di Sedda e Demuru (2018; 2019; 2020), teorizza ed espande il concetto di *social-ismo* come *linguaggio politico* proprio degli ambienti dei *social media* in più riprese, a partire dalla distinzione tra i concetti di democrazia della *rappresentanza* e democrazia della *rappresentazione*. Pur fondando nella stessa distinzione concettuale, la tipologia presentata da Sedda e Demuru è diversa da quella delle *logiche* del discorso tecnopolitico presentate in questa sede: i due studiosi provano a "suddividere il gioco di relazione simulacrale" quale è il discorso politico in tre momenti storici. Il primo è quello della *democrazia della rappresentanza*, dove:

le sfere di chi rappresenta e di chi viene rappresentato sono e vengono percepite come separate: il politico "sta per" coloro che rappresenta ma ancora più profondamente traduce nel linguaggio della politica le istanze di coloro a cui ha chiesto e da cui ha ricevuto il mandato. Al di là del merito delle specifiche traduzioni ciò che conta è che politica e vita quotidiana vengono vissute come due semiosfere distinte, con dei linguaggi propri che si dispongono secondo l'asse formale/informale, aulico/triviale, forbito/semplice, legate da una gerarchia che pone la sfera politica in posizione socialmente superiore e in qualche misura tenuta a trasformare ed elevare attraverso le sue azioni e i suoi modelli i vissuti quotidiani (Sedda, Demuru 2018: 132-3).

Il quale coincide con il regime semiotico dell'Opinione Pubblica della sociosemiotica di Landowski e Marrone. Ad esso segue una *democrazia della rappresentazione*, in cui

i rapporti in apparenza s'invertono. In realtà si complicano in correlazione con l'emergere dominante del linguaggio televisivo. Come ha scritto Diamanti parlando

di «democrazia del pubblico» in questa fase i leader cercano di imitare la cosiddetta «gente comune» per essere, a loro volta imitati (Diamanti 2012: 39). Le due sfere prima ritenute separate iniziano a comunicare tanto sotto la pressione di una più ampia e diretta richiesta di partecipazione delle persone comuni alla sfera politica quanto in correlazione con una critica all'oscurità del gergo della politica, sempre più visto come strumento semiotico per la produzione di contenuti disforici (macchinazioni, sotterfugi, compromessi, privilegi, ruberie). Da qui l'idea che una modificazione del linguaggio politico nel senso della sua "semplificazione" e "quotidianizzazione" sarebbe dovuta essere foriera di una modificazione dei contenuti valoriali della politica, ad esempio nel senso della trasparenza (ivi: 133).

Nella democrazia della rappresentazione si ritrova, all'interno della scena drammatica della politica mediatizzata, una separazione delle sfere, un'asimmetria di potere e di responsabilità tra la rappresentazione di "chi sta in basso" e "chi sta in alto". Una nota significativa è che l'agire comunicativo del politico, nel creare simulacri, si fa secondo Sedda e Demuru "sempre più individuale" (ibidem).

La società civile, nelle sue diverse figurativizzazioni, viene riproposta attraverso gerarchie basate su diverse competenze che garantiscono una legittimazione della separazione in sfere; tuttavia, in virtù del tentativo di avvicinarsi alla gente comune, emerge qui una nuova *expertise*, quella del "non-politico", che avvicinerrebbe rappresentanti e rappresentati secondo una logica *estetica* e di condivisione di esperienza, non più di *expertise*.

Infine, con l'esplosione dei *media digitali*, si ha una nuova fase, quella del *social-ismo*, che

si alimenta infatti, come proveremo da qui in poi a dimostrare, dell'incontro tra il linguaggio dei social e la perdita di senso non solo della distinzione tra un linguaggio politico formale/specialistico e uno popolare informale/generico ma anche di qualunque ideale di rappresentatività, di differente e positiva esemplarità. Per il social-ismo la "gente", per usare un termine oggi in voga in Italia (Bianchi 2017), o meglio, "la propria gente", è giusta così come è: l'unico problema è che qualche "alterità" (gli oppositori, i migranti, i poteri forti) la lascino essere ciò che è, la lascino esistere e persistere nella sua propria essenza. Coerentemente con questo ideale la politica non agisce per alimentare una crescita di responsabilità (anche comunicativa) del proprio popolo, per essere la punta di un movimento trasformativo e migliorativo, ma per legittimare "in politica" linguaggi, comportamenti, qualità presunte e percepite come date, normali, comuni (ivi: 133, corsivi nostri).

Questa è la fase dei populismi di leader come Bolsonaro, Trump e Salvini, i quali secondo i due studiosi condividono alcune strategie discorsive di costruzione del consenso politico:

È qui che si alimenta il senso di indistinzione tra sfere un tempo separate. Un senso che a tratti può essere visto come un appiattirsi della sfera politica nella sfera quotidiana – si pensi all'assunzione del turpiloquio, dell'aggressività, del politicamente scorretto, della contraddittorietà come modalità comunicative orgogliosamente assunte da molta parte della politica – o come un vero e proprio ribaltamento che porta colui che si trova nel ruolo del politico – spesso colui o colei che fino ad un attimo prima rappresentava l'anti-politica o la non-politica – a inseguire gli "umori collettivi" quotidianamente, frammentariamente, istantaneamente espressi in rete. In questa apparente indistinguibilità linguistico-semiotica tra chi sta sulla scena e chi vi assiste, tra chi influenza e chi è influenzato, prolifera il social-ismo (ivi: 133-4).

Il *social-ismo* costruisce così dei simulacri di contatto e con-fusione tra *leaders* e *followers*, attraverso un mimetismo che si fonda da un lato nel senso dell'anonimizzazione, dall'altro nell'appartenenza a una *comunità politica* percepita come totalità integrale, coesa e indistinta: il "popolo", la "gente", "i cittadini".

L'analisi di Sedda e Demuru sul *social-ismo* porta degli esempi concreti di evoluzione del *discorso* politico secondo quella che ho chiamato la *logica* della rappresentazione propria del discorso tecnopolitico. Ciò su cui vorrei porre l'attenzione è lo spazio di mediazione che produce il *sensu della partecipazione*.

Si concorda infatti con Sedda e Demuru quando sostengono che con il *social-ismo* si abbia qualcosa di completamente *inedito*, perché è il trionfo della logica della rappresentazione su quella della rappresentanza. Se si considera la loro analisi in progressione, così come l'evoluzione del concetto di realtà all'interno dei media tradizionali ricostruito da Lorusso (2018), si potranno infatti individuare nei linguaggi della televisione le forme preliminari di questo *social-ismo*, lo svuotamento di senso dell'idea di realtà e la pretesa di farla coincidere con la sua rappresentazione mediale.

Nel concentrarsi sul discorso populista, Sedda e Demuru riescono a ricostruire gli effetti testuali, la manifestazione della logica culturale della rappresentazione: le sfere che all'interno della semiosfera venivano percepite come separate si con-fondono, si sovrappongono: quella promessa di partecipare in maniera disintermediata al Corpo Politico di cui sopra sembra raggiunta. Ma è davvero così? Proprio Sedda e Demuru, nell'esplicitazione delle 'cause' di questo *shift*, chiamano in causa il concetto di *linguaggio dei social* così come la perdita di distinzione tra linguaggi specialistici. La mia ipotesi è che solo un'analisi dei media digitali in quanto tali, con il loro *sensu* culturalmente situato e una presa in carico della loro funzione *traduttiva*, *protesica*, finanche cognitiva (cfr. Paolucci 2020) possa effettivamente restituirci le dinamiche di queste trasformazioni. Ciò che essi chiamano "linguaggio dei social" è infatti la conseguenza della logica della rappresentazione.

Sicuramente, all'interno di un'analisi semioculturale sulla crisi della logica della rappresentanza, andranno presi in considerazione fattori storico-enciclopedici: ad esempio, nel contesto italiano andrà tematizzata la storia dell'anti-politica, che vede un momento forse fondativo se non sicuramente rilevante nel nostro contesto socioculturale nello scandalo politico-mediatico di Mani Pulite. Ma allo stesso tempo si dovrà proporre un'analisi semioculturale del discorso politico che prenda sul serio l'attività di mediazione delle piattaforme digitali, delle loro *affordances* e delle pratiche che questi, in quanto testi, istituiscono.

## **2. Facebook come piattaforma tecnopolitica**

Un'analisi semioculturale dei media digitali deve quindi considerare il quadro di emersione di questi media, cercando di contestualizzare da un punto di vista intertestuale e diacronico il loro posizionamento all'interno della semiosfera.

Un'analisi esaustiva dell'attività di mediazione semiotica di queste piattaforme necessiterebbe di un lavoro approfondito, che prenda in considerazione le implicazioni dell'inquadramento paratestuale di testi prodotti dagli utenti all'interno di interfacce interattive e come questi orientino la produzione enunciativa strategica degli utenti. Altrimenti, si potrebbe avanzare un'analisi che usi come corpus una selezione significativa di testi prodotti all'interno dell'ecosistema di *Facebook*.

Ai fini del presente saggio, per rilevare diacronicamente la costruzione delle piattaforme *social media* come spazio di partecipazione politica nella semiosfera, si prenderanno in

considerazione alcune dichiarazioni che l'amministratore delegato e altri media hanno rilasciato a proposito di *Facebook* nel periodo che intercorre tra le elezioni nordamericane del 2016 e del 2020, come elementi esemplari di un fenomeno trasversale a diverse piattaforme ad esso analoghe. Queste auto-descrizioni e la loro collocazione intertestuale permetteranno di trarre alcune considerazioni sulla costituzione dei media digitali in quanto spazi apparentemente disintermediati di partecipazione al corpo politico.

## 2.1. Una piattaforma per il discorso pubblico

In seguito alle elezioni che hanno visto come vincente l'ex-presidente Donald Trump, il 15 dicembre 2016 Mark Zuckerberg annuncia, con un post sulla sua pagina personale<sup>1</sup>, che avrebbe introdotto la possibilità per gli utenti di segnalare più facilmente gli *boaxes*, le bufale, tramite un aggiornamento dell'interfaccia. Nel post, Zuckerberg afferma che:

Facebook is a new kind of platform different from anything before it. I think of Facebook as a technology company, but I recognize we have a greater responsibility than just building *technology that information flows through*. While we don't write the news stories you read and share, we also recognize we're more than just a distributor of news. We're *a new kind of platform for public discourse* – and that means we have a new kind of responsibility to enable people to have the most meaningful conversations, and to build a space where people can be informed (corsivi nostri).

Seguendo la ricostruzione del giornalista Bruno Ruffilli della *Stampa*<sup>2</sup> e di Andrea Iannuzzi su Repubblica, questo aggiornamento si colloca dopo le accuse rivolte a Zuckerberg di non aver fatto abbastanza per contenere la diffusione di disinformazione, la quale avrebbe poi portato alla elezione di Trump<sup>3</sup>.

A proposito di quest'ultima accusa, è significativo ricordare un'intervista rilasciata dallo stesso Zuckerberg a BuzzFeed News<sup>4</sup> il 6 aprile 2016. Qui il direttore di *Facebook* aveva lanciato il servizio di *Live Video* della piattaforma supportandolo con la seguente dichiarazione:

We built this big technology platform so we can go and support *whatever the most personal and emotional and raw and visceral ways people want to communicate are* as time goes on (corsivi nostri).

Si ricordano inoltre alcune misure che lui e il suo team hanno intrapreso per assicurare che le persone entrassero in contatto con informazioni *autorevoli*. Nel post del 26 giugno 2020, Zuckerberg annuncia:

---

<sup>1</sup> *Facebook Post*, 15/12/2016, <https://www.facebook.com/zuck/posts/10103338789106661>

<sup>2</sup> “Facebook dichiara (finalmente) guerra alle bufale” *LaStampa*, 2016, <https://www.lastampa.it/tecnologia/idee/2016/12/15/news/facebook-dichiara-finalmente-guerra-alle-bufale-1.34756622>

<sup>3</sup> “Donald Trump Won Because of Facebook”, *NYMagazine*, 2016, <https://nymag.com/intelligencer/2016/11/donald-trump-won-because-of-facebook.html>

<sup>4</sup> “Why Facebook And Mark Zuckerberg Went All In On Live Video”, 2016, <https://www.buzzfeednews.com/article/mathonan/why-facebook-and-mark-zuckerberg-went-all-in-on-live-video>

1. La costituzione di un “Voting Information Center”<sup>5</sup>, per condividere notizie *autorevoli* con gli utenti della piattaforma a proposito delle elezioni presidenziali.
2. Azioni di ostacolo alla diffusione di informazioni che possano ingannare le persone sul proprio diritto a votare o su finte conseguenze sul voto.
3. La prevenzione di contenuto “d’odio” all’interno dei post sponsorizzati.
4. La promozione di contenuti *informativamente degni (newsworthy)* di essere pubblicati e condivisi, quindi che, nelle parole di Zuckerberg, corrispondano a quelli di fonti ufficiali e che non violino le linee guida della piattaforma. Questo in virtù di una credenza che Zuckemberg afferma direttamente: “*believe we can make more progress when we hear each other*”.

Zuckerberg annuncia ufficialmente, per la prima volta, di avere intenzione di prendere provvedimenti anche verso parti politiche coinvolte, ma solo in caso in cui queste minaccino la tenuta democratica stessa attraverso richiami alla violenza o ostacolino il normale funzionamento delle procedure elettorali:

To clarify one point: there is no newsworthiness exemption to content that incites violence or suppresses voting. Even if a politician or government official says it, if we determine that content may lead to violence or deprive people of their right to vote, we will take that content down. Similarly, there are no exceptions for politicians in any of the policies I’m announcing here today.

Nel 2019, la rivista TechCrunch accusa Zuckerberg<sup>6</sup> di limitare gli interventi per la limitazione delle *fake news* a quelli che non gli garantiscono un’entrata economica; l’accusa si focalizza sul fatto che il social media *guadagnerebbe* dalle inserzioni di chi pubblica notizie false, specialmente quelle che provengono da politici<sup>7</sup>. Instagram e Facebook infatti, in difesa della *libertà di espressione*, scelgono deliberatamente di non oscurare i messaggi che provengono da esponenti politici, nonostante esse siano riconosciute come false dai loro stessi *fact checkers*. Il modello contro cui si scaglia Zuckerberg è quello cinese, che censura le proteste dei dissidenti politici; le tecnologie di crittografia garantite dalle *app* di Zuckerberg, come *Facebook* e *Whatsapp*, garantirebbero la *privacy* di cui i cittadini del regime totalitario cinese sono spogliati.

## 2.2. Canale e piattaforma

Nella dichiarazione del 15 dicembre 2016 in cui Mark Zuckerberg riconosce che Facebook abbia superato la sua idea di una “*technology that information flows through*”, e si trova costretto a dichiarare che si tratti di una “*new kind of platform for public discourse*”, si ritrova un’opposizione su cui si fonda molta della teoria semiotica. Si tratta della differenza tra un *canale* attraverso cui fluisce indisturbata l’informazione e una piattaforma per un *discorso* pubblico. Questa distinzione restituisce una differenza tra una *tecnologia* che risponde di una visione meccanicistica del canale, tematizzato come

<sup>5</sup> “Centro informazioni sul voto” *Facebook*, <https://www.facebook.com/votinginformationcenter>

<sup>6</sup> “Zuckerberg on Chinese censorship: Is that the internet we want?” 2019, <https://techcrunch.com/2019/10/17/zuckerberg-speech/>

<sup>7</sup> “Instagram hides false content behind warnings, except for politicians” 2019, [https://techcrunch.com/2019/12/16/instagram-fact-checking/?guce\\_referrer=aHR0cHM6Ly93d3cuZ29vZ2xllmNvbS8&guce\\_referrer\\_sig=AQAAADBVewHaEeTr0Ia1sFM6k\\_5gNrN9FpfTzIR9Kjk1zSFho4uSsaBYt2ujlBsfxpW65HmCSVqio5-85u1Y17wFRCU4T9\\_TqjvKcf9qaiPEzuAokh3Lb67PtMhfsYhGUE00cEWHAOzA6laRGE\\_KgOUKGf0c4xhXUOhhZA7JXAP2AQou&guccounter=2](https://techcrunch.com/2019/12/16/instagram-fact-checking/?guce_referrer=aHR0cHM6Ly93d3cuZ29vZ2xllmNvbS8&guce_referrer_sig=AQAAADBVewHaEeTr0Ia1sFM6k_5gNrN9FpfTzIR9Kjk1zSFho4uSsaBYt2ujlBsfxpW65HmCSVqio5-85u1Y17wFRCU4T9_TqjvKcf9qaiPEzuAokh3Lb67PtMhfsYhGUE00cEWHAOzA6laRGE_KgOUKGf0c4xhXUOhhZA7JXAP2AQou&guccounter=2)

“neutro”, opposta ad una *piattaforma* dotata di un ruolo politico attivo, tematizzata come spazio condiviso di dibattito e negoziazione del senso, in cui il ruolo attivo di mediazione viene accettato ed affermato. Nel caso del canale neutro viene figurativizzata una comunicazione che vede un messaggio indipendente da mediazioni simboliche o semiotiche, un’informazione indipendente dalla dimensione intersoggettiva. Nel caso della piattaforma invece, questa è orientata ad un *discorso pubblico*, termine carico di una storia culturale e politica e connotato di un valore nuovamente politico e democratico. Una prima analisi delle dichiarazioni riportate potrebbe inoltre far emergere la dimensione passionale inscritta nella progettazione della stessa piattaforma (“go and support whatever the most *personal and emotional and raw and visceral ways* people want to communicate...”), così come la costruzione strategica di Anti-Soggetti (la violenza, la censura cinese...). Il Valore soggiacente alle autodescrizioni che Zuckerberg offre di Facebook è quello della *libertà di espressione* che garantirebbe la partecipazione al discorso pubblico. Tuttavia *la libertà di espressione* non è un diritto che esiste positivamente, ma si dà all’interno di sistemi democratici: questo vuol dire all’interno di una serie di garanzie politiche che appartengono a un sistema di mediazioni pubblico e politico, non alle logiche che sottendono alle comunità della piattaforma mediale.

### 3. Conclusioni: i corpi intermedi della tecnopolitica

I *social media*, promettendo di liberare gli utenti dal regime semiotico dell’Opinione Pubblica, li inseriscono invece all’interno di un mondo altrettanto organizzato, rappresentato, dotato di un senso narrativo di cui gli utenti sono i protagonisti. Il senso dato dal continuo, la logica della rappresentazione di cui ho cercato di trattare, sono perfettamente esemplificati nelle pratiche dell’*infinite scrolling* e nei diversi fenomeni che riguardano l’immersività. Tuttavia, proprio la semiotica ci permette di concettualizzare questo spazio di senso *continuo*, questa partecipazione al corpo politico che è condizione di possibilità del discorso, come inaccessibile se non attraverso la mediazione segnica: il senso *si dà sempre narrativamente*, ed è in questa direzione che va orientata l’analisi semiotica. Quali sono le articolazioni discorsive e narrative della nostra navigazione di queste piattaforme?

Questo tipo di considerazioni ci permette di leggere nuovi livelli di mediazione dell’attività degli utenti: quest’ultima non sarebbe orientata unicamente da dinamiche algoritmiche di profilazione e presentazione dei contenuti, ma anche dipendente da una serie di elementi testuali che orientano enunciazione e interpretazione, e si fanno *codici semiotici* (interpretativi e pragmatici) delle pratiche di navigazione *socialmediali*. Se nella logica della rappresentanza il discorso politico è abitato da soggetti collettivi che raccolgono, organizzano e danno senso alla vita politica, nel gioco scenico dei *social media* prima avviene la costruzione discorsiva dell’individuo – filtro interpretativo identitario forse più potente delle filter bubbles; probabilmente suo presupposto epistemologico che fa da contraltare a quello materiale. Il *social medium* è abitato da un attore che è rappresentazione dell’utente stesso, e all’improvviso il discorso politico lo riguarda personalmente, direttamente, senza apparente necessità di una mediazione istituzionale o politica.

Nel linguaggio giuridico è presente un’espressione che è quella di corpi intermedi, che va a identificare quelle formazioni sociali, all’intersezione tra pubblico e privato, che garantiscono gli interessi dei cittadini e si pongono come spazi di formazione delle collettività. Come si è potuto vedere, Facebook costruisce un’auto-descrizione della propria attività come mezzo “democratico” per la condivisione delle informazioni, e promette un accesso *immediato*, viscerale, passionale al reale. La semiotica ci fornisce gli

strumenti per decostruire questa narrazione e rivelare la natura profondamente testuale dell'attività di *posting*: quella rappresentazione del reale altro non è che l'installazione di un punto di vista identitario sul mondo, un racconto narrato secondo la prospettiva di singoli utenti.

È così che si formerebbero, all'ombra del mito della disintermediazione, le narrazioni identitarie descritte da Sedda e Demuru, dove il nemico della *gente* sono tutti gli *altri*. È per queste ragioni che voglio proporre la definizione delle piattaforme digitali come "corpo intermedio della tecnopolitica", a partire dalla loro pretesa di posizionarsi all'interno del discorso politico offrendo uno spazio per la partecipazione al corpo politico senza apparenti mediazioni.

I corpi intermedi della tecnopolitica si caratterizzano come degli spazi in cui inserire quelle auto-rappresentazioni che nel testo sono state definite come *enunciazioni strategiche orientate*. Si tratta di prese di parola individuali che portano a confondere il corpo proprio con il corpo politico, smembrando quest'ultimo in un coro di individualità. Si profilano così le basi per l'analisi dei media digitali in quanto dispositivi enunciativi, spazi estetici di riarticolazione del senso intorno alla possibilità di rappresentare il proprio io. Se questo è l'effetto di senso che emerge nell'utilizzo delle piattaforme, che porta a confondere l'individuale con il politico nelle prese di parola, a livello collettivo quello che può succedere è che la piattaforma assuma un ruolo con un peso politico pieno, un ruolo di legittimità, e autorevolezza: un vero e proprio corpo intermedio.

## Bibliografia

Austin, John Langshaw (1962), *How To Do Things With Words*, Oxford University Press, Oxford.

Barthes, Roland (1984), *Le bruissement de la langue. Essais critiques IV*, Éditions du Seuil, Parigi (*Il brusio della lingua. Saggi critici IV*, trad. di, B. Bellotto, Einaudi, Torino 1988).

Barberis, Mauro (2022), *Ecologia della rete. Come usare internet e vivere felici*, Mimesis, Milano.

Drucker, Johanna (2011), «Humanities Approaches to Graphical Display», in *DHQ: Digital Humanities Quarterly*, vol. 5, n. 1.

Ferraro, Guido (2014), *Dopo la multimedialità. L'evoluzione dei modelli culturali, dal web a Google Glass*, in Pezzini Spaziante, a cura di, *Corpi mediali. Semiotica e contemporaneità*, Edizioni ETS, Pisa, pp. 41-64.

Giacomazzi, Marco (2022), «Semiotica della cultura per i media digitali. Una proposta metodologica», in *DigitCult - Scientific Journal on Digital Cultures*, [S.l.], vol. 7, n. 1, pp. 125-143. <https://doi.org/10.36158/978889295525710>.

Jenkins, Henry (2006), *Convergence culture: where old and new media collide*, New York University Press, New York.

Landowski, Eric (1989), *La société réfléchie*, Edition du Seuil, Parigi (*La società riflessa. Saggi di sociosemiotica*, trad. di, M. La Matina; R. Pellerey, Meltemi, Roma 1999).

Lorusso, Anna Maria (2018), *Postverità. Fra reality tv, social media e storytelling*, Laterza, Roma-Bari.

Lorusso, Anna Maria (2019), «Per una semiotica delle soggettività collettive», in *Rivista Italiana di Filosofia del Linguaggio. SFL Forme dell'Identità* pp. 89-100 <http://rifl.unical.it/index.php/rifl/article/view/519>.

Lorusso, Anna Maria (2020), «Between Truth, Legitimacy, and Legality in the Post-truth Era», in *International Journal for the Semiotics of Law - Revue internationale de Sémiotique juridique*, vol. 33, pp. 1005-1017. <https://doi.org/10.1007/s11196-020-09752-3>.

Lotman, Juri Mihailovic (1985), *La semiosfera*, Marsilio, Milano.

Quattrociochi, Walter; Vicini, Antonella (2016), *Misinformation. Guida alla società dell'informazione e della credulità*, FrancoAngeli, Milano.

Quattrociochi, Walter; Vicini, Antonella (2018), *Liberi di crederci. Informazione, internet e post-verità*, Codice edizioni, Torino.

Mangiapane, Francesco (2022), «I media digitali nell'attività di ricerca della semiotica italiana», in Marrone Gianfranco, Migliore Tiziana, a cura di, *Cura del senso e critica sociale. Ricognizione della semiotica italiana*, Mimesis, Milano.

Marrone, Gianfranco (2001), *Corpi Sociali*, Laterza, Roma-Bari.

Marrone, Gianfranco; Migliore, Tiziana (2022), a cura di, *Cura del senso e critica sociale. Ricognizione della semiotica italiana*, Mimesis, Milano.

Paolucci, Claudio (2020), *Persona. Soggettività nel linguaggio e semiotica dell'enunciazione*, Bompiani, Milano.

Pariser, Eli (2011), *The filter bubble*, Penguin, London (*Il filtro. Quello che internet ci nasconde*, trad. di, B. Tortorella, Il Saggiatore, Milano).

Pezzini, I., Spaziantè, L. (2014), a cura di, *Corpi mediali. Semiotica e contemporaneità*, Edizioni ETS, Pisa.

Rodotà, Stefano (1997), *Tecnopolitica. La democrazia e le nuove tecnologie della comunicazione*, Laterza, Roma-Bari.

Sedda, Francesco; Demuru, Paolo (2018), «Social-ismo. Forme dell'espressione politica nell'era del populismo digitale», in *Carte Semiotiche Annali*, vol. 6, pp. 131-145.

Sedda, Francesco; Demuru, Paolo (2019), «La rivoluzione del linguaggio social-ista: umori, rumori, sparate e provocazioni», in *Rivista italiana di filosofia del linguaggio*, vol. 13, n. 1, pp. 26-40.

Sedda, Francesco; Demuru, Paolo (2020), «Il corpo social-ista», in *Actes Semiotiques*, vol. 123.

<https://www.unilim.fr/actes-semiotiques/6516>.

### Sitografia

Ruffilli, Bruno (2016), «Facebook dichiara (finalmente) guerra alle bufale», *La Stampa*, 15 dicembre,

<https://www.lastampa.it/tecnologia/idee/2016/12/15/news/facebook-dichiara-finalmente-guerra-alle-bufale-1.34756622>

Read, Max, (2016), «Donald Trump Won Because of Facebook», *NYMagazine*,

<https://nymag.com/intelligencer/2016/11/donald-trump-won-because-of-facebook.html>

Honan, Matt (2016), «Why Facebook and Mark Zuckerberg went all in on live video», *Buzzfeed News*, 6 aprile

<https://www.buzzfeednews.com/article/mathonan/why-facebook-and-mark-zuckerberg-went-all-in-on-live-video>

Constine, John (2019a), «Zuckerberg on Chinese censorship: Is that the internet we want?», *TechCrunch*, 17 ottobre,

<https://techcrunch.com/2019/10/17/zuckerberg-speech/>.

Constine, John (2019b), «Instagram hides false content behind warnings, except for politicians», *TechCrunch*, 16 dicembre,

[https://techcrunch.com/2019/12/16/instagram-fact-checking/?guccounter=1&guce\\_referrer=aHR0cHM6Ly93d3cuZ29vZ2xlLmNvbS8&guce\\_referrer\\_sig=AQAAADBvewHaEeTr0Ia1sFM6k\\_5gNrN9FpfTZIR9Kjk1zSFho4uSsaBYt2ujlBsfxpW65HmCSVqio5-85uIY17wFRCU4T9\\_TqjvKcf9qaiPEzuAokh3Lb67PtMhfsYhGUE00cEWhAOzA6laRGE\\_KgOUKGf0c4xhXUOhhZA7JXAP2AQou](https://techcrunch.com/2019/12/16/instagram-fact-checking/?guccounter=1&guce_referrer=aHR0cHM6Ly93d3cuZ29vZ2xlLmNvbS8&guce_referrer_sig=AQAAADBvewHaEeTr0Ia1sFM6k_5gNrN9FpfTZIR9Kjk1zSFho4uSsaBYt2ujlBsfxpW65HmCSVqio5-85uIY17wFRCU4T9_TqjvKcf9qaiPEzuAokh3Lb67PtMhfsYhGUE00cEWhAOzA6laRGE_KgOUKGf0c4xhXUOhhZA7JXAP2AQou).

Facebook, *Centro informazioni* *sul* *voto*,  
<https://www.facebook.com/votinginformationcenter>

Zuckerberg, Mark (2016), *Facebook Post*, 15 dicembre,  
<https://www.facebook.com/zuck/posts/10103338789106661>.