

Maura Franchi

LA SATURAZIONE NELL'ERA DELLE RETI SOCIALI:
DALLO SPAZIO AL TEMPO

Abstract

The age of social networks suggests a new phenomenology of saturation and brings to light various strategies to confront it: from a spatial saturation resulting from an excess of goods we move to a dimension related to the excess of information and connections. In this context, time becomes the parameter of saturation.

In the time of excess, goods and commodities pack physical sites, and saturate spaces and needs with evident risks of dysfunctionality not only in terms of the use of environmental resources, but also, even beforehand, in terms of our individual ability to choose. The paradox of choice, already highlighted by literature, has not prevented our space from filling up with objects, thereby saturating places and needs. The filling up of commodities compresses the space of desire itself, which gets to be quickly satisfied even before its very expression. The manifestations of saturation concern not only the material but also the subjective, emotional, and mental space. The paradox of choice invites strategies of simplification, heuristic ways capable of reducing the uncertainty of mistakes, and also strategies of de-saturation.

The time of access confronts us with other conditions of saturation that are situated more on the side of time than on that of material resources. An infinite variety of information and opportunities opens us. Within the new context, how does the paradox of choice present itself? The Internet presents us with a dematerialization of space. Paradoxically, precisely when space becomes an unlimited realm of virtual goods, time is compressed, packed up with opportunities, information, stimuli, and messages. Saturation moves from the realm of space to the realm of time. What are the effects of time saturation and what strategies are enacted by the individuals so as to respond to excess in the epoch of constant connection?

1. Saturazione: una rappresentazione del limite spazio-tempo

Le diverse accezioni del termine saturazione convergono nell'indicare una condizione di *limite*.

In chimica un regime di saturazione indica la condizione di massima concentrazione possibile di soluto in una soluzione. In fisica è la condizione in cui all'aumento di una determinata causa non corrisponde più l'aumento del relativo effetto; in senso estensivo il termine si riferisce alla presenza della massima quantità possibile di una sostanza in un

ambiente. In campo economico indica la situazione in cui il mercato non è più in grado di assorbire determinati prodotti¹.

In senso figurato il termine allude ad una soglia di tolleranza ed allude, quindi, ad uno stato mentale. In questo senso esso è divenuto una metafora della condizione dell'uomo moderno, sempre più agito dalle macchine che egli stesso ha prodotto, sempre più affollato delle merci che ha creato, vittima di un tempo assoggettato ai vincoli scanditi dalla produzione.

In psicologia il termine è impiegato in varie accezioni che si riferiscono al grado di pienezza indotta da una sensazione, da uno stimolo o da un contesto, sensazione che induce stanchezza e fastidio. Si parla di saturazione psichica per indicare “lo stato di avversione emotiva verso un'azione ripetuta continuamente in una situazione che dura a lungo” (Galimberti 1992, p. 836). Saturazione semantica designa la riduzione o la perdita di significato di una parola o di un'espressione troppo frequentemente ripetute.

In un contesto pieno di beni si produce una sorta di saturazione del desiderio, in quanto si comprime l'attesa con una soddisfazione immediata del bisogno. Se il desiderio può essere definito la mancanza dell'oggetto a cui è riferito ed è il principio che spinge all'azione, il pieno impedisce l'emergere della mancanza. Nel linguaggio psicoanalitico il riferimento alla saturazione è associato ad una condizione di “pienezza” che impedisce l'esprimersi di una mancanza e quindi l'emergere di un desiderio (Ciaramelli 2000). In questo ambito il concetto rimanda alla differenza tra godimento e desiderio, indicando con il primo la soddisfazione di un bisogno così veloce da non lasciare spazio all'emergere della mancanza, la sola condizione che può dare luogo al desiderio (Recalcati 2012).

Inoltre la saturazione del tempo, in termini psicologici, descrive un pensiero già così orientato in una sola direzione da determinare l'impossibilità di vedere oltre. Eccesso di oggetti da ricordare, eccesso di stimoli ricevuti, eccesso di compiti a cui fare fronte sono le dimensioni della saturazione dello spazio fisico e mentale in cui siamo immersi. L'aumento delle merci e delle superfici di vendita si accompagna ad una sensazione di “ingorgo”, alla sensazione di affogare la vita quotidiana in tempi e spazi – vita, lavoro, divertimento – sempre più densi e intensi (Triani 2010).

Il riferimento, per lo più implicito nelle analisi, sulla saturazione dei desideri nel tempo presente, si correla ad un filone di critica sociologica alla società del consumo, in cui l'affollamento delle merci non è correlato a bisogni “reali”, ma è indotto dal mercato. La logica del desiderio cede il passo ad una logica della pulsione che si manifesta in una continua messa in scena di quel vuoto che non è più possibile colmare (Lovink 2012). L'economia di mercato, sostiene Bauman (2007), ci ha indotti a desiderare esattamente quel che è necessario affinché questo sistema funzioni. Il sistema economico morirebbe di sovrapproduzione senza il ricambio continuo di merci. Le cose valgono soltanto come segno imperfetto di un eterno godimento. Nella stragrande maggioranza dei casi non si tratta di beni essenziali, ma di oggetti che devono suscitare l'ipertrofia dei desideri, ben oltre la linea, di per sé fluttuante, dei bisogni fondamentali. Alla dittatura dell'oggetto il consumismo ha sostituito la dittatura del desiderio: desiderio di ogni consumatore

¹ In realtà la teoria economica del consumo assume che l'aumento del consumo di un certo bene porti a soddisfazioni decrescenti, ma senza limite di saturazione.

d'essere, per tramite dell'oggetto di consumo, sempre altro da quel che è. Ma essendo i desideri instabili, gli oggetti che ne rappresentano il segno sono destinati ad una rapida obsolescenza (Bauman 2008).

Le implicazioni di un tale orizzonte di analisi pongono l'accento sugli aspetti costrittivi del consumo, sulla tendenza all'omologazione dei comportamenti, sulle conseguenze ambientali connesse alla distruzione di risorse naturali, su una spinta compulsiva al consumo che erode progressivamente gli spazi di libertà individuali nel rapporto con gli stessi beni, fino alla diffusione di forme di disagio psichico. Così, la sofferenza umana oggi più diffusa tenderebbe a svilupparsi a partire da un'indigestione di possibilità, anziché da un'abbondanza di divieti come avveniva in passato, tanto che l'opposizione tra il possibile e l'impossibile è subentrata, come quadro cognitivo e criterio essenziale per la valutazione e la scelta della strategia di vita, all'antinomia tra ciò che è permesso e ciò che è vietato (Ehrenberg 1999).

Il tema acquista una diversa eco oggi, nello scenario di contrazione dei consumi e dei relativi cambiamenti valoriali. Nuovi interrogativi emergono: cosa accade se il consumatore diventa saturo dei propri consumi, cosa accade se cambia la desiderabilità non tanto di questo o quell'altro tipo di beni, ma in generale dei beni? Cosa succede se le persone filtrano con altri occhi i propri bisogni rispetto a quelli sollecitati dal mercato?

Nel contempo, l'iperconsumo si trasferisce dagli oggetti alle informazioni: immagini, segni, messaggi pervadendo la vita di ognuno, ben oltre gli spazi del mercato.

Il concetto di *saturatione* è per lo più associato a due dimensioni: quella dello spazio e quella del tempo. I due concetti sono spesso correlati a loro volta, ad esempio la saturazione prodotta dall'eccesso di merci si associa alla percezione di tempi vincolati al consumo nelle sue diverse fasi: acquisto, stoccaggio, uso, manutenzione, sostituzione dei beni stessi.

La saturazione dei tempi implica l'impossibilità di stabilire autonomamente sequenze di atti e di definire procedure diverse da quelle stabilite da routine sociali. Il concetto allude anche alla pervasività di un tempo di lavoro sul tempo libero, implica, nel senso corrente, la percezione di non libertà nell'allocazione del tempo nelle diverse sfere della vita.

Da una prospettiva sociologica - come quella assunta dalle considerazioni che seguono - il concetto di saturazione interseca dimensione sociale e dimensione individuale. L'intento è quello di proporre alcune riflessioni (non certo conclusive) su come l'avvento dell'era delle reti sociali modifichi le tematiche della saturazione in rapporto alle due dimensioni dello spazio e del tempo.

2. *L'era dell'eccesso*

Molte analisi sul consumo nella moderna società di massa contengono un riferimento - più o meno implicito - al tema della saturazione, ponendo l'attenzione in particolare su due elementi: da un lato l'antinomia tra la libertà di consumare e la costrizione indotta dai modelli sociali condizionati dal mercato, dall'altro la disfunzionalità intrinseca nell'eccesso di scelta. La scelta, imprescindibile vocazione dell'individuo occidentale,

diviene, al tempo stesso, una criticità: la stessa crescente quantità di alternative moltiplica l'incertezza e la percezione di saturazione.

La scelta ci sottopone al rischio dell'errore e del rammarico e, quindi, comporta fatica: l'eccesso di dati da comparare rallenta l'elaborazione delle informazioni, appesantisce il confronto tra le alternative e la ricerca della soluzione ottimale. L'eccesso di alternative si accompagna alla labilità dei parametri su cui valutarle. La questione non è riconducibile all'eccedenza di beni, ma investe ogni ambito di vita.

Allorché le alternative si fanno troppo numerose, la comparazione tra le stesse diventa difficile e la nostra mente deve ricorrere a scorciatoie decisionali, vale a dire a meccanismi di semplificazione basati su emozioni, memoria, abitudini e automatismi di vario tipo. Nel linguaggio corrente, tali modalità di decisione vengono considerate istintive, in quanto scavalcano procedure di carattere logico-razionale, per seguire, piuttosto, sensazioni viscerali.

L'eccesso di alternative è, quindi, in primo luogo una complicazione per il nostro sistema decisionale, sollecitato da tensioni ambivalenti tra costi e benefici che si dispongono su diversi piani, tra diversi tipi di gratificazioni – ad esempio quelle immediate e quelle differite –, tra economicità della ripetizione delle scelte passate e tensione verso il cambiamento.

La questione della scelta oscilla strutturalmente tra l'attrazione per l'abbondanza di alternative e l'incertezza derivante dall'abbondanza stessa. Il cosiddetto paradosso della scelta (Schwartz 2004, Iyengar 2010) esemplifica questa antinomia: preferiamo disporre del maggiore numero possibile di opzioni, perché ciò appaga il nostro sentimento di libertà e la convinzione di poter decidere ciò che fa al nostro caso, e nel contempo l'eccesso di opzioni ci espone a dubbi e conflitti. In tempi di risorse decrescenti l'attrazione per l'abbondanza produce ulteriori tensioni, obbligandoci a fare i conti con strategie di adattamento psicologicamente ancora più gravose.

Il contesto dell'eccesso della scelta non rappresenta semplicemente lo scenario in cui il consumo oggi si svolge, ma propone un diverso sguardo sulle dinamiche decisionali e sulla loro razionalità. È evidente che un calcolo dei costi-benefici delle diverse alternative è impossibile, sia per i limiti della nostra capacità di elaborazione, sia per le trappole che ci tende la nostra mente cognitiva. Ad esempio, nell'ambito del consumo, il ricorso a riferimenti come la marca e il prezzo è il frequente ancoraggio usato per effettuare gli acquisti senza un eccessivo dispendio di tempo (Gigerenzer 2007). Inoltre è noto che scegliamo spinti da richiami simbolici: brand e logo hanno la capacità di sviluppare nostri investimenti emotivi verso un determinato prodotto, ben al di là dei suoi attributi materiali. Diverse euristiche supportano le nostre scelte nella vita di ogni giorno, consentendoci di risparmiare tempo da indirizzare verso attività importanti e spingendoci a delegare alla sfera delle abitudini molte delle nostre azioni quotidiane.

Talvolta nelle scelte, per utilizzare il linguaggio delle neuroscienze, attiviamo i marcatori somatici che, attraverso il sistema limbico, svolgono lo stesso compito di indicarci velocemente la scelta “giusta” (Damasio 1995)². Altre volte lasciamo prevalere

² Con il termine marcatori somatici il neuroscienziato Damasio descrive dispositivi, iscritti nei circuiti neuronali, in grado di indurre risposte veloci di fronte alle scelte: tali risposte, elaborate dai circuiti emozionali, ci consentono di agire senza dover soppesare vantaggi e svantaggi delle alternative con

le abitudini o, ancora, dispositivi di carattere sociale, che ci spingono a modellare le nostre scelte su quelle altrui.

Anche le norme sociali agiscono come scorciatoie informative, spingendoci ad adottare comportamenti condivisi ed accettati all'interno di un certo gruppo. L'adesione a norme tacite consente un grande risparmio di tempo e allenta il rischio di comportamenti incongrui rispetto all'ambiente in cui ci troviamo. Per questo tendiamo a preferire ciò che gli altri preferiscono e ad adeguare le nostre attese al contesto sociale in cui siamo collocati. Così, anche il conformismo sociale può essere interpretato, in un certo senso, come una risposta all'eccesso di scelta.

3. *L'era dell'accesso*

L'era dell'accesso segna una nuova fase contrassegnata dal passaggio da un'economia dominata dai beni materiali e dal loro possesso ad una dominata dall'informazione (Rifkin, 2001). Il sovraccarico d'informazione ci accompagna da tempo: fin dagli anni sessanta era tema di discussione da parte di autori come McLuhan e Simon. Nella New Economy il tempo tende a dominare sullo spazio, l'unità di misura della vita diventa il secondo, mentre lo spazio geografico perde progressivamente d'importanza. Tutto ciò è storia nota, anche se le previsioni sulla sostituzione delle relazioni reali con quelle virtuali si sono rivelate infondate: la vita quotidiana non si è virtualizzata, piuttosto la dimensione virtuale ne è divenuta parte. La crescita del tempo speso in rete entra in ricorrenti valutazioni circa gli effetti della rete. Il tempo assorbito da immagini e filmati è la tendenza attualmente più significativa. Nel 2010 ogni utente YouTube ha trascorso sul portale 15 minuti al giorno (Lovink 2012, p. 204). Oggi, secondo gli ultimi dati forniti dalla rete, ogni minuto vengono caricati video per un totale di 24 ore di trasmissione³.

Gli effetti dell'eccesso di informazioni sono nella percezione di ognuno: manca il tempo per riflettere sull'ininterrotto flusso di notizie in entrata, ogni notizia invecchia rapidamente, la velocità assoluta tende a creare una sorta di inerzia passiva, oscillando tra la tentazione di catalogare i dati e restando in attesa di loro ulteriori aggiornamenti. Nell'era dell'ermeneutica di massa, ogni giudizio di affidabilità ci lascia incerti, ogni interpretazione resta aperta ad altre interpretazioni. Interessati a ciò che accadrà, più ancora che a ciò che è accaduto, restiamo "soggetti in stato di sospensione, costantemente impegnati a navigare, controllare e aggiornare qualcosa online senza senso, scopo o impegno" (Lovink 2012, p. 67).

Cambia lo scenario delle nostre scelte, insieme al linguaggio su cui le nostre opzioni, attese, preferenze possono essere espresse (Franchi, Schianchi 2011). Non solo aumentano in misura esponenziale le opzioni disponibili e le influenze sociali a cui queste sono soggette, soprattutto gli ancoraggi delle scelte si fanno fluttuanti come boe

procedure logiche. Ciò accade in quanto il circuito emotivo è tarato, per ragioni evolutive, a reagire rapidamente a stimoli e pericoli.

³ Il 5% del tempo trascorso su Internet è trascorso su Youtube. Il peso delle immagini rispetto a quello di altre modalità espressive sembra destinato ad aumentare ulteriormente.

mosse dal flusso delle correnti. Mentre il costo dell'accesso alle informazioni si riduce, la questione dei criteri di scelta si fa ancora più pressante.

La criticità della scelta non si colloca sul versante della ricerca delle informazioni, sempre più abbondanti, quanto sulla valutazione della loro affidabilità: la informazioni sono fruibili a distanza di un click, ma la loro valutazione diviene sempre più complessa. Tale complessità è dovuta non solo all'eccesso in quanto tale, ma, soprattutto, alla costante rivisitazione dei criteri di giudizio che si verifica in un contesto che aumenta la trasparenza. Le scelte compiute, nel momento in cui sono rese pubbliche, stimolano una continua riconfigurazione delle preferenze e degli stessi criteri su cui le stesse preferenze erano state fondate.

In questo nuovo scenario le reti sociali esercitano un ruolo ambivalente: di aumento della complessità e di semplificazione allo stesso tempo. Mentre l'abbondanza informativa del web 2.0 tende a rendere ancora più gravi gli effetti disfunzionali legati all'eccesso, i dispositivi sociali concorrono a ridurre l'incertezza, consentendo di ancorare le proprie scelte a quelle compiute dagli altri.

Nell'era dell'accesso le relazioni sono un parametro che gli individui assumono (più o meno consapevolmente) per orientarsi nelle scelte. Ogni cosa – dal ristorante dove decidiamo di andare a mangiare al nuovo modello di scarpe – può essere comunicata e condivisa, su ogni aspetto della vita quotidiana le nostre condotte e quelle dei nostri amici si intersecano. I network forniscono nuovi dispositivi di selezione delle informazioni, configurandosi come la più efficace euristica disponibile in risposta all'eccesso di scelta. Così Facebook appare non solo un network in cui gli individui scambiano foto, condividono giochi e passatempi con amici, ma un formidabile veicolo di influenza.

Il dispositivo sollecita i partecipanti ad esprimere adesioni a diversi tipi di messaggi, adesioni che concorrono alla costruzione delle categorie di giudizio disponendosi su tre livelli di condivisione. Il primo livello – rappresentato dal bottone *I like* – consente alle persone di esprimere rapidamente la loro affinità o gradimento per qualunque cosa venga proposta all'attenzione. Il secondo livello è rappresentato dalla condivisione (un individuo si appropria del contenuto e ne fa un materiale utilizzabile per costruire la propria identità in rete). Il terzo livello, che richiede maggiore impegno, è espresso dal commento. Un individuo aggiunge propri contenuti che intervengono sul valore del messaggio che è stato proposto all'attenzione degli altri, a loro volta produttori e fruitori di informazioni e di messaggi.

Il dispositivo offre un rapido e costante orientamento dei parametri della scelta stessa, prospettando un cambiamento dei paradigmi della decisione: una razionalità procedurale, di tipo logico-cognitivo, tende ad essere sostituita da una razionalità di tipo emozionale (Franchi, Schianchi 2011). I processi decisionali si intrecciano con i processi di costruzione dell'identità e si fondano su un *dispositivo specchio*: una macchina per vedere e per far parlare, riprendendo un'espressione già utilizzata da Deleuze (2007) e riproposto recentemente da Mapelli (2011). Come lo specchio moltiplica i piani dell'esistenza, attraverso una continua produzione di immagini riflesse, Facebook produce una particolare *realtà* attraverso eventi discorsivi e immagini. Il dispositivo specchio crea effetti di realtà e di somiglianza senza creare oggetti esistenti, né copie identiche (Mapelli

2010). D'altra parte, è attraverso le immagini riflesse che facciamo esperienza di noi stessi. Tali immagini, che ci contengono e rappresentano modi differenziati di presenza, sottopongono la nostra vita quotidiana allo sguardo degli altri. Lo sguardo degli altri diviene così l'elemento catalizzatore della nostra peculiare identità (Franchi, Schianchi 2011).

Nelle reti sociali l'eccesso di stimoli, che contraddistingue l'era dell'accesso, si moltiplica in modo esponenziale, ma, nel contempo, mette a disposizione filtri per selezionarli, rappresentati dai tanti sguardi che si dispongono sulle immagini riflesse di noi.

Nel contempo le immagini propongono significati aperti: sono meno legate delle formulazioni verbali a regole sintattiche e quindi invocano un filtro soggettivo. Con ciò restano aperte ad un'adesione di tipo emozionale, sollecitano meccanismi di identificazione e di empatia.

Le immagini sono una risorsa per l'immaginazione: hanno una forza persuasiva ancora maggiore delle parole, hanno la capacità di commuoverci e smuoverci, danno luogo ad un pensiero simile al sogno. Ancora più delle parole, possono essere interpretate secondo la memoria delle esperienze soggettive, passate e sepolte nella nostra memoria. Le immagini sono affidate ad un destino non controllabile: mantengono una vita autonoma e una persistenza che la comunicazione diretta e verbale non prevede. Le parole sfumano per lo più nel ricordo, quando la presenza dell'interlocutore viene meno.

4. Strategie di de-saturazione

Possiamo considerare le reti come dispositivi che consentono di fare fronte alla saturazione derivante dall'eccesso di scelta? La risposta sembra affermativa. Nelle reti la ricerca delle informazioni è filtrata dai nostri amici, che partecipano ad un processo continuo di valutazione delle alternative, sperimentazione delle stesse e definizione dei criteri della stessa valutazione. In un tempo di eccedenza delle informazioni e non solo dei beni, il giudizio degli altri diventa una delle più potenti euristiche di cui possiamo disporre per semplificare le nostre scelte e ridurre il rischio del rimpianto di avere investito male le nostre risorse, peraltro sempre più scarse⁴.

Ma soprattutto, i parametri delle scelte sono sempre più filtrati dall'orizzonte sociale, vale a dire dal sistema di relazioni e di comunicazioni all'interno del quale ci muoviamo. Nelle pagine delle reti, cerchiamo connessioni e nel contempo riceviamo categorie di orientamento, parametri di giudizio. Nel contempo, gli stessi dispositivi che sostengono il funzionamento delle reti operano attraverso un potente meccanismo di indirizzamento. Così agisce la proposta delle inserzioni pubblicitarie nelle nostre pagine personali, in un meccanismo di interazione costante tra i nostri desideri e le influenze ricevute. Come è noto, Facebook ci invia informazioni congruenti con le informazioni

⁴ Del resto le norme sociali, in generale, definendo un corpus di comportamenti, fungono una funzione regolativa sui comportamenti individuali (Goffman 1969).

già fruite. I nostri interessi divengono la base di un potente meccanismo di orientamento, per cui i beni proposti si dispongono in continuità con le nostre attese.

Possiamo chiederci se le reti sociali contribuiscano ad una saturazione o ad una de-saturazione nel rapporto degli individui con lo spazio e con il tempo. Solo alcuni cenni di riflessione su una domanda che resta aperta.

Si può ipotizzare che le reti concorrano ad una de-saturazione dello spazio. Le reti consentono una sorta di smaterializzazione degli oggetti che “vivono”, in buona parte, attraverso dispositivi di archiviazione e di condivisione consentiti dalle tecnologie. Scegliamo una musica, un filmato, una storia, una citazione, la importiamo nella nostra bacheca, la conserviamo nella “nostra” memoria. Importare una musica o un filmato nella propria bacheca, tuttavia, non equivale ad un semplice atto di fruizione, che potrebbe essere fatto da qualunque altro sito. Ma non è neppure un atto di possesso in senso tradizionale. La sua gratuità ne fa un bene pubblico, libero a chiunque voglia fruirne. Contrariamente ad ogni atto di consumo, la scelta di un “oggetto” non ha costo, non comporta tagli, né rinunce. Ma importarlo lo rende un bene personale, nel senso che contribuisce al *discorso del sé*. L’oggetto importato diventa parte di un archivio del sé, un archivio che, in un certo senso, esternalizza una parte della memoria verso un dispositivo, peraltro sempre meno materiale.

Come il brand aggiunge valore al prodotto, così l’*oggetto* aggiunge valore al soggetto che lo importa. Qualcosa di molto simile a ciò che accade da sempre nel mondo del consumo. Questo particolare tipo di oggetti, *non materiali*, ma non perciò meno *concreti*, costituisce la trama di un discorso su di sé. Il web consente una fruizione personalizzata degli eventi che però acquistano il valore di *oggetti personali*; consente di trasformarli (come accade del resto agli oggetti di consumo) in elementi della *narrazione* che facciamo di noi e del nostro mondo (Franchi, Schianchi 2011).

Un esempio interessante di questo fenomeno di smaterializzazione degli oggetti è rappresentato dai *virtual gift* (Ledhönvirta 2010). La pratica del consumo “virtuale” ha assunto una “consistenza”, fino al punto da assumere anche qualità monetarie. Le persone comprano e scambiano in rete oggetti virtuali che hanno lo stesso significato simbolico e relazionale dei beni acquistati sul mercato in occasione di riti individuali come compleanni, matrimoni, e collettivi, come il Natale. Può apparire paradossale, ma la ragione che sostiene questo tipo di consumi non è diversa da quella che sorregge altre attività di consumo nella vita quotidiana: i doni virtuali hanno analoghe motivazioni come strumenti di identità e marcatori di status, di analoghi beni acquistati nella vita reale. Oggetti come cd, libri, film, che esprimono identità, memoria, appartenenze, tendono a smaterializzarsi, alludendo ad una sorta di tendenziale anche se parziale de-saturazione dello spazio fisico.

Che cosa accade della saturazione del tempo? È possibile argomentare tendenze ambivalenti. Le reti sanciscono il primato di un *tempo soggettivo*, in cui le tecnologie appaiono un supporto neutro a transazioni sempre più individualizzate. Il rapporto con gli eventi supera la programmazione degli stessi: possiamo fruirne ben oltre il loro svolgimento. Lo stesso vale per i contatti con gli altri che si svolgono al di fuori di

vincoli di contestualità. Non solo la relazione è de-localizzata, nel senso che non abbiamo necessità di essere in presenza, ma possiamo interagire con gli altri in un tempo differito. Indubbiamente ciò allarga la libertà nella gestione del proprio tempo.

Nel contempo, proprio la flessibilità dell'uso conduce verso la saturazione del tempo. Controlliamo la casella di posta e le pagine dei nostri social network in ogni attimo di sosta da altri tempi in cui siamo immersi. Le reti (e i mondi di relazione ad esse connessi) entrano negli interstizi di altri tempi vissuti: nello studio, nel lavoro, nel viaggio, negli intervalli dei programmi televisivi. Lo stesso tempo di lavoro diventa poroso, almeno potenzialmente per la parte della popolazione che ha la possibilità di regolarne lo svolgimento. Si mescolano così tempi che erano tradizionalmente separati. Vita privata e pubblica, tempo proprio e tempo controllato da altri, non appartengono più (per molti) a regimi temporali qualitativamente diversi.

Nel contempo, però, il tempo tende a saturarsi. Dentro questa libertà di usi del tempo, rischia di prodursi una chiusura degli spazi mentali. Non è solo il lavoro che si insinua in ogni momento della giornata imponendo un permanente vincolo alla risposta. Soprattutto, spariscono il vuoto e il silenzio. Il tempo diviene la risorsa scarsa per eccellenza. Rispetto a tale scarsità aumenta la nostra percezione di inadeguatezza, quando l'imperativo dell'efficienza e della razionalizzazione si rivela fallimentare.

Abbiamo inizialmente citato una dimensione mentale della saturazione. Si tratta di un aspetto che travalica, almeno in parte, lo stesso rapporto con il tempo, anche se non ne è estraneo. Si tratta della percezione di saturazione dello spazio mentale, connesso al moltiplicarsi di compiti (come di obiettivi), di stimoli e di opportunità. Potremmo dire che una tale percezione ha a che fare con la *saturazione della memoria*, messa alla prova da una quantità straripante di informazioni.

Su questo punto si dispone un elemento di potenziale rilevante discontinuità introdotta dalle tecnologie delle reti. I meccanismi di archiviazione tecnologica dei dati alleggeriscono dal peso della memoria, liberano spazio per altro, consentono una maggiore libertà: la nostra *working memory* può dedicarsi a processare dati relativi alle sempre nuove situazioni in cui siamo impegnati.

Se "la memoria è la stoffa di cui è fatta la nostra anima" (Ferraris 2011, p. 119), la memoria esterna è una sorta di servizio di cui possiamo disporre, noi come le macchine che abbiamo creato. I dispositivi tecnologici si dispongono in una straordinaria continuità con la nostra vita come mai nessuna tecnologia aveva potuto fare in passato. L'accessibilità delle informazioni accresce in modo decisivo la cooperazione tra tecnologie e mente umana (Ferraris 2011, p. 136), ma nel contempo induce uno stato di permanente dipendenza dall'archiviazione, dalla classificazione delle esperienze, come di ogni altro dato.

Nelle tecnologie delle reti lasciamo tracce delle nostre esperienze, tracce che sono disponibili per noi e che acquistano un carattere di realtà ancora più forte dell'esperienza stessa. Con il *cloud computing* centralizzato possiamo temere le cose che più ci stanno a cuore tutte insieme, in un unico luogo senza spazio. Del resto, questa funzione di archiviazione svolta dalle tecnologie non è nuova: è stata assolta in passato dalle

fotografie (e prima ancora dai ritratti) che, incorniciando una scena, un volto o un frammento di paesaggio, davano ad esso realtà e persistenza.

Un ulteriore elemento concorre all'ambiguità del processo di saturazione/desaturazione della memoria. Gli archivi sono ormai mobili, a portata di mano, si collocano in prossimità dei luoghi che attraversiamo e dei nostri corpi. Tendono a perdere il carattere "strumentale" per divenire parte essenziale della nostra intimità, come della vita quotidiana. Un'antropologia del tempo della rete resta un compito aperto.

Riferimenti bibliografici

- M. AUGÉ (2010), *Per un'antropologia della mobilità*, trad. it. G. Carbonelli, Jaca Book, Milano 2010.
- Z. BAUMAN (2007), *Homo consumens*, trad. it. M. De Carneri e P. Boccagni, Erickson, Trento, 2007.
- Z. BAUMAN (2008), *Consumo, dunque sono*, trad. it. M. Cupellaro, Laterza, Roma-Bari 2008.
- F. CIARAMELLI (2000), *La distruzione del desiderio. Il narcisismo nell'epoca del consumo di massa*, Dedalo, Milano 2000.
- A. DAMASIO (1995), **L'errore di Cartesio**, trad. it. F. Macaluso, Adelphi, Milano 1995.
- G. DELEUZE (2007), *Che cos'è un dispositivo?*, trad. it. A. Moscati, Edizioni Cronopio, Napoli 2007.
- A. EHRENBERG (1999), *La fatica di essere se stessi*, trad. it. S. Arecco, Einaudi, Torino 1999.
- M. FERRARIS (2011), *Anima e iPad*, Guanda, Parma 2011.
- M. FRANCHI, A. SCHIANCHI (2011), *Scegliere nel tempo di Facebook. Come i social network condizionano le nostre scelte*, Carocci, Roma 2011.
- U. GALIMBERTI (1992), *Dizionario di psicologia*, UTET, Torino 1992.
- G. GIGERENZER (2009), *Decisioni intuitive*, trad. it. G. Rigamonti, Raffaello Cortina, Milano 2009.
- E. GOFFMAN (1969), **La vita quotidiana come rappresentazione**, trad. it. M. Ciacci, Il Mulino, Bologna 1969.
- S.I. IYENGAR (2010), *The Art of Choosing*, Twelve, New York-Boston 2010.
- V. LEHDONVIRTA (2010), *Online spaces have material culture: goodbye to digital post-materialism and hello to virtual consumption*, in "Media, Culture & Science" 32 (2010), pp. 883-889.
- G. LOVINK (2012), *Ossessioni collettive. Critica dei social media*, trad. it. B. Parrella, Università Bocconi Editore, Milano 2012.
- M.M. MAPELLI (2011), *Per una genealogia del virtuale. Dallo specchio a Facebook*, Mimesis, Milano 2011.
- M.M. MAPELLI (2010), *Facebook. Un dispositivo omologante e persuasivo*, in "Aut Aut", 347 (2010), pp. 115-126.
- M. RECALCATI (2012), *Ritratti del desiderio*, Raffaello Cortina, Milano 2012.

- J. RIFKIN (2001), *L'Era dell'accesso. La rivoluzione della new economy*, trad. it. P. Canton, Mondadori, Milano 2001.
- G. RIZZOLATTI, C. SINIGAGLIA (2006), *So quel che fai, Il cervello che agisce e i neuroni specchio*, Raffaello Cortina Editore, Milano 2006.
- B. SCHWARTZ (2004), *The Paradox of Choice. Why More is Less*, Harper Collins, New York 2004.
- G. TRIANI (2010), *L'ingorgo. Sopravvivere al troppo*, Eleuthera, Milano 2010.