

Rien ne va plus. Emozioni e passioni in Georg Simmel e Jean Baudrillard*

Debora Viviani**

Università degli Studi di Verona

In the 1970s, with Arlie Russell Hochschild's studies, human sciences re-evaluated the emotional dimension. Emotions are now considered a boost to individual action and socializing element. Analyzing the Jean Baudrillard' work *De la seduction* (1979), this paper intends to highlight the important contribution the author can give to sociology of emotions. In particular, the aim of the work is to compare Baudrillard's reflection with that of Georg Simmel, a sociologist who first gave a more organic structure to the study of emotions. According to Baudrillard, in our society, subjects undergo the attractiveness and seductive force of objects. Baudrillard describes the domain of objects and the subsequent supremacy of *cold emotions*. Unlike Simmel, in Baudrillard: a) There isn't interpersonal relationship; b) The subject is not emotionally involved. In Baudrillard, the man experiences new emotions: dominion, affection, anxiety. After comparing the different approach of the two authors, this paper assumes the birth of the man *impatiens*, a man who is surrounded by emotional situations and fast excitement. A man who lives a constant challenge in search of the best emotional performance.

Keywords: Jean Baudrillard, Georg Simmel, seduction, flirt, homo *impatiens*

As the manual continues: "Maintaining eye contact with the interviewer demonstrates sincerity and confidence, but don't overdo it. Avoid cold or continuous staring".(Hochschild, 1983)

Il focus sulle passioni

La spinta emozionale oggi: l'homo sentiens

Per molto tempo, le scienze umane hanno usato il paradigma cartesiano e il concetto di razionalità, valutando come patologica e falsa la dimensione emotiva, così come il corpo (Elias, 2009, 2010; Foucault, 2008a, 2008b), perché non interpretabile attraverso la logica razionale. La mancanza di un punto di vista univoco che permetta l'interpretazione di emozioni e passioni, rende queste imprevedibili e incerte, non riconducibili ad un'unica categoria interpretativa (D'Andrea, 2008).

Con l'emergere sulla scena di un io che è soprattutto *persona*, non più *individuo*, accogliendone quindi l'innata incoerenza e instabilità, le molteplici identità ed accettando la sua capacità di indossare maschere sempre diverse, riaffiorano l'impulso, la creatività,

* Articolo proposto il 15/09/2017. Articolo accettato il 18/10/2017

** Email: debora.viviani@univr.it

la spinta emozionale come elementi individuali e sociali e pongono la nascita di un individuo che *sente, che vive e si emoziona*. Dopo anni di valorizzazione unidirezionale dell'emisfero razionale, nella seconda metà degli Anni Settanta, si pensi alle pubblicazioni dell'americana Arlie Russell Hochschild, si assiste ad una forte spinta alla dimensione emozionale, considerata elemento socializzante e impulso, non più ostacolo, all'agire individuale (Cattarinussi, 2000; Iagulli, 2009, 2011).

La velocità di interazione, il flusso di informazioni e la possibilità di creare molteplici rappresentazioni del sé, hanno reso le relazioni sociali sempre più complesse, influenzando, in questo modo, la sfera emotiva che si instaura tra due o più soggetti. La dimensione affettiva e le emozioni appaiono come veri e propri *emergenti sociali* (Turnaturi, 2000, p.104).

Nel nostro contesto sociale, le dinamiche di consumo (Baudrillard, 2008), il linguaggio pubblicitario, la comunicazione mediatica puntano a creare scariche di adrenalina, mirano al brivido, all'emozione istantanea (Maffesoli, 1993a), con la nascita di emozioni fredde (Illouz, 2007), con la loro razionalizzazione e mercificazione (Lacroix, 2001; Leonzi, 2009; Turnaturi, 2007). "L'ape operaia non rinuncia al divertimento né al significato, se li gode nel presente, ma a ritmo veloce, affannandosi" (Hochschild, 2006, p.185).

L'euforia emotiva, la passione, l'attrazione, la forza seduttiva catturano il consumatore in un vortice che lo rende complice del copione prescritto (Zamperini, 2007) e che lo pone in una condizione che può essere definita una bulimia di sensazioni (Lacroix, 2001), nella quale, a fronte di un eccesso di emozione, si produce un'anestesia della sensibilità (Simmel, 1903).

L'incantesimo sociale che passa attraverso la sua estetizzazione, l'importanza al valore estetico di oggetti e persone, hanno determinato il passaggio dalla logica dell'identità alla logica dell'identificazione (Maffesoli, 1993b), con necessariamente una ricaduta sulla sfera relazionale e, quindi, emotiva.

L'*homo sapiens* si trasforma in *homo sentiens* (Hochschild, 2013; Lacroix, 2001), lungo una trasformazione che, come vedremo, lo costringe oggi ad esibire le proprie emozioni in un percorso che subisce perché la scarica emotiva e la ricerca di essa viene preparata, provocata e indotta da una condizione predeterminata (Baudrillard, 1997).

Da Simmel a Baudrillard, dal gioco alla sfida

Introduzione

Negli ultimi anni la sociologia ha provato a sganciare l'attore sociale dalle analisi prettamente utilitaristiche, razionali ed economiche per evidenziare l'importanza di una visione integrale dell'individuo. Questo ha determinato una significativa rivalutazione delle emozioni, come energia che muove il comportamento umano e che costruisce e conserva le istituzioni. La salute, il benessere, il piacere estetico, i consumi esperienziali e la seduzione sono solo alcuni degli esempi di come oggi le emozioni siano

contemporaneamente merci e veicoli per le merci (Bauman, 2007; Lipovetsky, 2007). La possibile creazione di un super-io (Elias, 2009, 2010) nella realtà iperreale che ricerca promesse di felicità, realizzazione, allegria, amore e seduzione, modifica la gestione delle emozioni provate, secondo un nuovo stile emotivo (Diodato, 2005; Lacroix, 2001; Illouz, 2007).

Tra gli autori classici, chi ha sicuramente dato molta attenzione alla dimensione emozionale individuale e sociale è Georg Simmel. Sociologo del “forse”, Simmel pone alla base della dinamica dell’agire, le relazioni sociali, tentando di dar voce a quella molteplicità e complessità che le caratterizza (Turnaturi, 2005). Rivalutata l’impressione sensibile, come veicolo di conoscenza dell’altro, a queste sensazioni si accompagnano sempre sentimenti di piacere o, al contrario, dispiacere, che ci permettono di instaurare, costruire e/o modificare l’interazione e la conoscenza dell’altro (Simmel, 1917). Queste impressioni, che passano attraverso la dimensione estetica (Simmel, 1896), formano in noi delle risonanze soggettive emozionali che creano una relazione bidirezionale, uno scambio continuo tra soggetti. Ecco quindi rivalutati aspetti da sempre considerati effimeri e di poco valore perché precari, instabili e superficiali: l’abbigliamento, il flirt, la seduzione, l’ornamento, l’amore. Elementi della quotidianità che Simmel riporta alla luce come fondamentali sui cui si struttura l’interazione sociale (Simmel, 1908).

Questi aspetti ludici, prettamente emotivi e di gioco, il flirt, la passione, che Simmel evidenzia come elementi importanti dell’interazione sociale (D’Andrea, 1999), sono oggetto di interesse di chi scrive. In particolare, il concetto di seduzione, che guida il mondo dei consumi oggi, se appare nelle opere simmeliane, nel gioco messo in atto dalla civetteria, dal flirt e dal fascino estetico, è sicuramente uno dei temi principali del pensiero di Baudrillard, che, come vedremo, scardinerà quel senso di unione, quel gioco tra opposti, fondamentale nell’approccio simmeliano, per annullare la ricchezza dell’individualità.

Focalizzando l’attenzione sul testo di Baudrillard del 1979, *De la séduction*, la riflessione qui presentata intende evidenziare l’importante contributo che l’autore può dare nell’ambito della sociologia delle emozioni, contestualizzando l’analisi ed allontanandosi in alcuni aspetti dalla prospettiva di Simmel.

La riflessione sulla nascita dei simulacri e sulla loro natura che caratterizzava le prime opere di Baudrillard è la chiave per avviare la riflessione sul processo di seduzione che queste dinamiche di scambio di codici e simboli creano (Viviani, 2012; Secondulfo e Viviani, 2017). Un processo seduttivo governato ora esclusivamente dagli oggetti, nel quale, annientate le individualità, si crea una sorta di appiattimento emotivo. La seduzione per Baudrillard è un meccanismo che supera i rapporti interpersonali. L’uomo sedotto è tale perché vittima di un processo guidato e governato dalla tecnologia e dalle nuove dinamiche di consumo. L’oggetto seduce e provoca, determina e governa il desiderio del soggetto stesso. Come vedremo, questa prospettiva ben interpreta l’attuale ricerca dell’autorealizzazione che caratterizza la cultura del consumo (Lipovetsky, 2007; Turnaturi, 2016) e può quindi essere usata come nuova griglia interpretativa per la sociologia delle emozioni.

Il flirt simmeliano: la ricchezza dell'individualità

Se, nella prospettiva simmeliana, la sociologia deve studiare la società nelle sue particolari forme sociali, ecco, quindi, che l'amore, nelle sue diverse manifestazioni, diventa una delle grandi categorie dell'esperienza (Turnaturi, 2016). Il contrasto vitale che determina la condizione sociale si manifesta nella relazione umana, in queste particolari espressioni (D'Andrea, 1999, 2013; Simmel, 1908, 1906, 1917; Squicciarino, 1999). "La società sorge soltanto quando siffatte relazioni reciproche, suscitate da certi motivi e interessi, diventano operative" (Simmel, 1908, p.13).

Simmel introduce il discorso sul flirt e sull'amore, nel momento stesso in cui approfondisce il concetto di socievolezza, come la forma ludica della socializzazione, che a sua volta rappresenta la forma in cui i soggetti crescono insieme in una unità, ponendo come obiettivo la realizzazione di interessi sensibili, ideali, mutevoli, consci, etc. (Simmel, 1917).

Istinti erotici, interessi materiali, impulsi religiosi, finalità di difesa come di attacco, di gioco come di guadagno, di aiuto come di apprendimento e innumerevoli altri motivi fanno sì che l'uomo si trovi insieme con gli altri, agisca per loro, con loro e contro di loro, in una condivisione di condizioni tale per cui egli produca effetti sugli altri e ne sia a sua volta influenzato (pp. 37-38).

Questa stretta correlazione tra amore, sentimenti e socievolezza, evidenzia nell'amore stesso la valenza interattiva di questo sentimento, che è rivalutato come la via principale per l'instaurarsi di relazioni (Bianco, 2011). Una relazione nella quale i due soggetti rimangono ancorati alla propria individualità, messa in gioco nell'interazione con l'altro. Emozioni che i soggetti vivono, percepiscono e costruiscono insieme.

Come atto creativo che si genera e si consuma nell'anima individuale (Vozza, 2001), l'amore è, quindi, un dinamismo che nasce da una autosufficienza interiore del soggetto stesso, il quale rimane ancorato alla propria individualità, alla propria completezza emotiva, ricercando nell'Altro una altra unicità, che esiste indipendentemente dalla sua rappresentazione di esso (D'Andrea, 1999, 2013; Simmel, 1911a; Squicciarino, 1999; Turnaturi, 2016; Vozza, 2001). Ciò che emerge in maniera preponderante è la grande importanza che ha l'individuo in questo processo di interazione con l'altro, sia questo spinto dall'amore, dall'amicizia, dal flirt o altro.

Grazie all'Altro, lo riesco a provare questi sentimenti, ma non voglio annullare né l'Altro, né me stesso (Cerulo, 2009), rimaniamo due anime individuali che si uniscono attraverso una adesione simpatetica, che riconosce la ricchezza del dialogo tra mondi che possono essere contraddittori.

Il flirt è una azione che non ha, quindi, lo scopo di sopprimere l'Altro, conquistarlo, nel senso letterale del termine di *tenerlo sotto il proprio controllo*. È una azione senza scopo vissuta dal soggetto per ciò che è, accettandone il dinamismo, l'incertezza ed il rischio, che diventano fonte di piacere (Turnaturi, 2016).

Dal flirt alla seduzione. Simmel e Baudrillard a confronto

Secondo Simmel, nel flirt il soggetto fluttua tra avvicinamento e allontanamento, con un gioco di autoregolazione (Simmel, 1917), guidato dal rispetto e non dal possesso o da qualsiasi forma di egoismo. La relazione con l'Altro è una continua ricerca di equilibrio tra le due individualità, rispettando la propria ma anche quella del soggetto con cui siamo in relazione. In questo caso l'oggetto del desiderio non è un oggetto, ma un soggetto, che riconosce il gioco amoroso e risponde a tono. È un flusso continuo alla ricerca dell'equilibrio perfetto, un equilibrio precario che deve essere raggiunto ininterrottamente (Turnaturi, 2016) e che non tollera la disparità, ma nel quale il tatto, la discrezione, la cortesia, sono il freno dei rispettivi individualismi (Cotesta, 2004; Turnaturi, 2016). Non appena l'lo cerca di scansare la precarietà di questa relazione per avere certezza, si mette in atto la vera e propria seduzione (Turnaturi, 2016), quella relazione nella quale tutto è calcolato, dove niente è lasciato al caso e, soprattutto, nella quale tutto è ricercato come obiettivo, non semplicemente per quello che è. Ecco, quindi, che il gustare l'Altro, la sua unicità, diventa un tentativo di coglierlo in modo vorace, annientando il suo individualismo. L'avidità di emozioni che si crea nella seduzione genera un disequilibrio senza fine, perché l'Altro non ha il tempo e la consapevolezza per rispondere alle mie richieste.

L'accettazione e l'amore per la precarietà che caratterizza la relazione con l'Altro nel flirt, con la seduzione si trasformano e creano sentimenti di ansia, che ricordano il concetto di seduzione presentato da Baudrillard, ma che in realtà ne rappresentano solo un timido avvicinamento. L'ansioso gioco tra le parti messo in atto nel processo seduttivo di Simmel diventa in Baudrillard una vera e propria ossessione, che annienta l'individualismo producendo, quindi, una fredda passione. Mentre in Simmel questo disequilibrio seduttivo è creato e regolato (o non regolato) dai soggetti, in Baudrillard i soggetti subiscono questa instabilità crescente. Per Baudrillard, "Nella seduzione, [...], è in qualche modo il manifesto, il discorso in quel che ha di più «superficiale» a ribaltarsi sull'ordinamento profondo (conscio o inconscio) per annullarlo e sostituirgli la fascinazione e l'illusione delle apparenze" (Baudrillard, 1997, p.61).

Se il flirt simmeliano si muove secondo le logiche della socievolezza, in Baudrillard, come vedremo nel paragrafo successivo, la relazione tra gli individui non è presupposto fondamentale da cui prende forma la relazione seduttiva. Al contrario, nel gioco della seduzione baudrillardiana, i soggetti si annientano e perdono il proprio individualismo.

"È quello che traspare nel gioco più banale della seduzione: mi ritraggo, non mi farai godere, sono io che ti farò giocare e che ti sottrarrò il tuo godimento" (Baudrillard, 1997, p. 31), ma è questo un gioco freddo e calcolatore, "(...) un supplizio inanimato, una perpetrazione senza coinvolgimento, una macchinazione fredda" (Baudrillard, 1997, p.30).

Inoltre, se nell'interazione simmeliana, il soggetto, cosciente di non poter mai raggiungere l'Altro, vive con consapevolezza questa precarietà, con Baudrillard, il gioco seduttivo è un gioco al rialzo, nel quale non c'è limite alla sfida. Il soggetto appare vittima di uno scambio rituale continuo ed ininterrotto che determina una dimensione aleatoria ed

indeterminata, dove il desiderio di consumare e conquistare si trasforma in stordimento (Baudrillard 1984, 1997).

Superati i soggetti, per la supremazia degli oggetti e per lo scambio simbolico tra questi (Baudrillard, 2007), eliminata la matrice sensuale e la relazione, secondo Baudrillard il legame amoroso e seduttivo deve essere interpretato ora dalle dinamiche messe in atto dal mondo della comunicazione e dei consumi (Baudrillard, 2007, 2008; Capovin, 2006). L'informazione crea il legame (di qualunque grado questo sia) tra l'Io e l'Altro, la comunicazione rimanda continuamente ad un'altra possibile comunicazione, con una eccedenza di rimandi che crea disequilibrio tra le parti e tra i soggetti coinvolti. È questo scambio simbolico messo in atto dalla comunicazione che dirige i giochi, in modo spietato e premeditato, che scardina la relazione e annienta gli individualismi (Baudrillard, 1984, 2004, 2007), fondamentali nella prospettiva simmeliana (Simmel, 1908, 1911a, 1911b, 1917).

La seduzione è un tratto, cortocircuita qui le due figure destinatarie in una sorta di sovraimpressione immaginaria in cui forse, in effetti, il desiderio le confonde; in ogni caso questo tratto provoca la confusione del desiderio, lo rimanda a un'indistinzione e a una lieve vertigine, emanazione sottile di un'indifferenza superiore, di un riso che cancella ogni implicazione ancora troppo seria (Baudrillard, 1997, pp.107-108).

Secondo Baudrillard, la seduzione è un meccanismo che imprigiona il soggetto, in pugno non solo di altri soggetti, ma, soprattutto, di oggetti, di rituali e di scambio simbolico. Gli oggetti, il mondo mediatico e il consumo si offrono alla vista, al tatto, alla manipolazione. L'acquisto, l'appropriazione pura e semplice è trasformata in una giostra, in una danza complessa ed erotica, dove si mescolano e si scambiano incessantemente tra loro: *avances*, oscenità, *flirt*, ironia e prostituzione (Baudrillard, 2004).

Ornamento vs travestimento

Per un sociologo dei sensi come Simmel, nella relazione sociale il primo contatto avviene attraverso la conoscenza sensitiva: gli occhi, l'odore, il timbro di voce, sono alcune delle strade che l'individuo può percorrere per entrare in relazione con l'Altro. "Come chi percepisce è un'esistenza totale, che tuttavia vive completamente in ognuna delle sue funzioni particolari, così anche il percepito è per lui, a priori, il corpo animato" (Simmel, 1928, p.54), in una continua lotta tra individualità e universalità, secondo il problema simmeliano dello stile. Il viso, l'espressività sono essenziali per *vedere* l'Altro (Simmel, 1908, 1928), perché creano una azione reciproca tra i soggetti che si fonda sull'immagine che ognuno dei due acquisisce dell'Altro (Squicciarino, 1999). Un'immagine che Simmel sostiene può essere arricchita attraverso l'ornamento, una risorsa simbolica che amplia la sfera individuale, con l'irradiazione dell'identità. È questo un forte richiamo all'esibizione, perché l'ornamento e l'abbigliamento, oltre ad avere la funzione di coprire, sono calamita di interesse, sono una modalità di trasformazione dell'Io, di arricchimento corporeo (Simmel, 1908).

Baudrillard assegna un valore diverso a moda, ornamento, trucco e a qualsiasi altro *strumento* di trasformazione del corpo. Ritiene, infatti, siano modi che il soggetto ha di trasformare, fino a trasfigurare, se stesso, allontanandosi, quindi, dall'lo reale. In questo, la tecnologia e la comunicazione da questa mediata, aiutano perché ogni individuo può creare una immagine di sé che nulla ha a che fare con ciò che realmente è (Boccia Artieri, 2004; Codeluppi, 2015), ma che mira alla seduzione, annullando "il referente originale", l'unicità dell'lo.

Se per entrambi gli autori, ciò che si vede può creare la relazione, emergono due importanti differenze:

- La trasformazione estetica dell'lo è per Simmel un arricchimento, un espandersi della sua personalità, mentre per Baudrillard "Tutta la storia attuale del corpo è quella della sua demarcazione, della rete di marchi e di segni che lo suddividono, lo sminuzzano, lo negano nella sua differenza e la sua ambivalenza radicale per organizzarlo in un materiale strutturale di scambio/segno, (...)" (Baudrillard, 2007, p.113)
- Se l'allontanamento e l'avvicinamento che si creano tra i due soggetti in relazione, nell'ottica simmeliana, si gioca attraverso la velatura, il lento scoprire-scoprirsi dei due soggetti, in Baudrillard questo mistero è scardinato per lasciare spazio, come vedremo nelle righe successive, all'immediato piacere del tutto ed ora.

Velatura vs voyerismo

La conoscenza dell'Altro è per Simmel il fondamento di ogni relazione, una conoscenza che si fonda su attimi e frammenti, ricercati e costruiti come continuo scambio da entrambi i soggetti. Ciò che l'Altro ci mostra fonda la nostra relazione con lui, colto nella massima distanza e, contemporaneamente, nella maggiore intimità. La sua mancanza di evidenza, il segreto dietro il quale si cela il suo lo, non solo è l'essenza stessa dell'interazione, ma se mostrato, perderebbe ogni valore (Squicciarino, 1999; Turnaturi, 2016) perché «ciò che non è vietato è permesso, e ciò che non è permesso è vietato» (Simmel, 1896, p. 301). Il rispetto che si instaura, quindi, tra i due soggetti è lo snodo emotivo principale della relazione emotiva tra i soggetti, un rispetto che decade completamente nella prospettiva di Baudrillard, dove tutto è dicibile, mostrabile e tale deve essere. In questo modo, il flirt, la seduzione, la relazione amorosa in generale, non sono più sullo stesso piano del desiderio, ma lo rimettono continuamente in gioco.

Tutto è oggi attraente perché visibile, perché si mostra, perché si avvicina fino a quasi toccarci, in modo osceno siamo continuamente sedotti, secondo una oscenità che brucia l'oggetto stesso del desiderio perché lo svela completamente.

È un voyerismo che va oltre la sessualità, perché è un voyerismo della sua rappresentazione, ed è un voyerismo che coglie tutti gli aspetti della vita sociale con una vera e propria irruzione dell'osceno, che avvicina la seduzione alla pornografia. È la nostra una "cultura unidimensionale in cui tutto si esalta nel «concreto di produzione» o nel concreto di piacere – lavoro o copulazione meccanica illimitati" (Baudrillard, 1997, p.43).

La distinzione di genere che sottolinea Simmel nel momento in cui parla di civetteria, associando tale tipo di interazione alla donna, che traduce all'esterno le funzioni passive del suo corpo, la sua armonica chiusura, quel suo essere accentrato in sé (Simmel, 1911a, 1911b), scompare completamente nella prospettiva di Baudrillard. L'implosione (Viviani, 2008) che proietta la seduzione nella pornografia, determina una implosione nell'atteggiamento seduttivo tra maschi e femmine. Nel concetto di seduzione di Baudrillard, gli uomini e le donne in ugual modo attuano strategie attrattive che, però, li rendono vittime degli oggetti, del sistema degli oggetti di consumo. L'impazienza, la frenesia e l'ansia di conquista pongono l'obiettivo da raggiungere come lo scopo di queste dinamiche sociali, una finalità che deve essere perseguita in tutte le maniere, ma che si concretizza, come vediamo nella nostra società, in una indistinta immagine di uomini e donne. *“Ora, soltanto la seduzione si oppone radicalmente all'anatomia come destino. Soltanto la seduzione spezza la sessualizzazione distintiva dei corpi e l'ineluttabile economia fallica che ne deriva”* (Baudrillard, 1997, p. 19). Il corpo sedotto, il corpo da sedurre è prima di tutto un corpo artificiale, che per questo supera la dimensione di genere. *“L'erotizzazione, la sessualizzazione non sono che l'espressione di questa mescolanza, di questa confusione di tutti i ruoli”* (Baudrillard, 1984, p. 46).

Nello scenario presentato da Baudrillard, può trattarsi di un meccanismo automatico, di una donna o di un uomo, di un oggetto di consumo o di un oggetto sessuale, in ogni caso è una spinta che supera, va oltre, l'ambito dell'amore, ma si tratta più di una obbligata performance che il soggetto necessariamente subisce.

Si gioca, si punta alla conquista indistintamente: in tutti i modi, con tutti gli strumenti.

Oltre Simmel. Verso la migliore performance emotiva: l'homo impatiens

Se, come abbiamo avuto modo di vedere, l'uomo simmeliano oscilla continuamente in modo consapevole e cosciente (Turnaturi, 2016) tra l'intellettualismo e il coinvolgimento emotivo, la cui incertezza insita in questo oscillare è accettata e mantenuta nello scambio tra i soggetti, in Baudrillard questa relazione non è un incontro di esperienze, un susseguirsi di eventi, ma è un movimento circolare che racchiude il soggetto in un'estenuante ricerca dell'oggetto da sedurre.

Come punta estrema della simulazione (Baudrillard, 2007), l'autore evidenzia come la riduzione segnica messa in atto dai simulacri (Baudrillard, 2007, 2008) sia in grado di coinvolgere il soggetto in un ambiguo e continuo gioco di sparizione, apparenze e desiderio che spingono il soggetto stesso al sogno infondato. La seduzione per Baudrillard non è vissuta in modo cosciente dall'io, ma lo trafugge, così come trafugge qualsiasi immaginario con la sua super-evidenza mortale (Baudrillard, 2007). Ciò che si vede, ciò che si cerca, lo si scorge, ma lo si scorge troppo da vicino e descrive in realtà un vuoto, un'assenza. *“Il reale cresce, il reale dilaga, un giorno tutto l'universo sarà reale, e quando il reale sarà universale, sarà la morte”* (Baudrillard, 1997, p.41).

È una pornografia subita dal soggetto stesso, ingannato da un meccanismo che gli mostra tutto, ma non gli fa conoscere nulla, perché ciò che è percepito come persona o cosa, è nella realtà virtuale un evento, “l’attualizzazione provvisoria di un virtuale, esistente solo, nella sua attualità, come funzione di relazione interattiva” (Diodato, 2005, p.25). Non corpo, non relazione, ma evento, comunicazione. Non relazione, non coinvolgimento emotivo vissuto e percepito come per Simmel, ma dominio, affanno, frenesia, ansia di conquista.

Nel lavoro qui presentato si è svolto un percorso tra le opere di Georg Simmel e Jean Baudrillard per cercare di coglierne somiglianze e differenze, con la timida convinzione che la riflessione del sociologo francese possa essere un valido contributo nello studio delle emozioni. Come emerge dalla prospettiva di Baudrillard, in accordo con Illouz (2007), nel nostro contesto sociale si assiste alla supremazia di emozioni fredde, che sono frutto di un processo di mercificazione (Boccia Artieri, 2012) che ha coinvolto la nostra quotidianità, che ha trasformato ogni aspetto della quotidianità in merce da consumare, in processi nei quali la logica di mercato caratterizza ambiti prima impensabili, come l’intimità, l’amore e/o la sacralità (Sennett, 2009a, 2009b; Sandel, 2013). Si assiste al trionfo dell’*intimismo*, alla messa in scena del sentimentalismo, che diventa merce di scambio, il modo con cui il soggetto si mostra agli altri, mostra di esistere (Turnaturi, 2007). La ricerca della miglior rappresentazione di sé, lo spirito del godimento immediato (Lipovetsky, 2007), lo shock emotivo, sono solo alcuni degli espedienti usati dal mondo dei consumi per sedurre il consumatore, ma sono gli stessi meccanismi ai quali l’individuo è soggetto nelle sue relazioni (Boccia Artieri, 2016). Il soggetto vuole più oggetti da vivere, da percepire e dai quali trarre godimento, ricerca la soddisfazione sensitiva ed emotiva, quella sensoriale ed estetica nelle sue relazioni, in modo veloce, continuo e che punta al rialzo, alla miglior soddisfazione.

Emerge un nuovo stile emotivo. Il rispetto dell’Altro, il coinvolgimento e il calore, tipiche della socievolezza presentata da Simmel, diventano in Baudrillard ossessione, frenesia, spietatezza e conquista. Una continua ricerca dentro di sé, e non verso l’Altro, manipolati dalla cultura del consumo, dalla attuale ricerca della performance e dall’autosufficienza (Turnaturi, 2016; Cerulo, 2009).

Non si tratta più di un uomo che trasforma la sfera pubblica nel luogo dei privatismi, del coinvolgimento emotivo (Turnaturi, 2007; Sennett 2009a, 2009b). Non è più solo *homo sentiens* (Lacroix, 2001; Hochschild, 2013), ma è un uomo che alla ricerca delle emozioni antepone la velocità di queste. È l’*homo impatiens*, un uomo che si circonda di situazioni emotive, di eccitazioni veloci, che non deve, e non può, interpretare ed approfondire, ma dalle quali si fa inebriare. L’emozione è fortemente voluta, è ricercata e preparata, è provocata, ma deve essere catturata velocemente, e pone l’lo in una condizione di aggressione o difesa (Turnaturi, 2016). “Precedere il desiderio dell’altro, riflettere la sua domanda come uno specchio, cioè anticiparla: è difficile immaginare quale potenza di delusione, di assorbimento, di lusinga, di sviamento, insomma di rivincita sottile, ci sia in questa seduzione istantanea” (Baudrillard, 1984, p.75). Un’impazienza che, declinata specificatamente sul consumo, ricorda l’irrequietezza dell’*homo consumens* di Bauman (2007).

Per Simmel e Baudrillard il legame sociale è un vincolo estetico, emozionale e ludico (Simmel, 2006), ma per Baudrillard questo legame diventa anche, e soprattutto, una relazione con gli oggetti, che hanno oggi supremazia sull'individuo. Se per Simmel, ogni interazione passa attraverso le pulsioni e i movimenti corporei (Turnaturi, 2016), per Baudrillard il corpo è superato, è mostrato, ma è assente, è simulacro che mostra il nulla, l'assenza (Viviani, 2008). "La seduzione non dipende mai da una forza di attrazione tra i corpi, da un legame affettivo, da un'economia di desiderio: è necessario un *tratto* che riunisca improvvisamente, come in sogno, cose divise, o divida improvvisamente cose indivise" (Baudrillard, 1997, p.108).

La seduzione richiama una situazione di sfida emotiva, sottende la ricerca continua, è un duello con se stessi (e non con gli altri) per ottenere di più, per raggiungere la migliore performance emotiva. L'obiettivo è il piacere, il godimento assoluto al di là delle unicità coinvolte (situazioni, individui, etc).

Ben al di là dell'idealismo convenzionale dello spogliarello [...], al suo limite sublime la pornografia si rovescia in un'oscenità purificante, estesa al territorio viscerale – perché fermarsi al nudo, al genitale? Se l'osceno riguarda la rappresentazione e non il sesso, allora deve esplorare l'interno stesso del corpo e delle viscere – chi può dire quale godimento profondo di smembramento visuale di mucose e di muscoli lisci possa qui manifestarsi? La nostra pornografia ha ancora una definizione limitata. L'oscenità ha un avvenire senza limiti (Baudrillard, 1997, p.41).

Nota biografica

Debora Viviani è assegnista di ricerca del Dipartimento di Scienze Umane dell'Università di Verona e componente dell'Osservatorio sui Consumi delle Famiglie. Si occupa di sociologia dei consumi, con particolare attenzione al tema del cibo. Tra le più recenti pubblicazioni: *Il cibo immaginato tra produzione e consumo* (con Grassi V., Franco Angeli, Milano 2016); *Significare il tempo. Oggetti antichi e tempo sognato e Estetica del design ed estetica del ricordo* (in Secondulfo D., Il mondo dell'usato. Sociologia dell'uso e del riuso, Franco Angeli, Milano, 2016); *Stereotipi e cultura materiale: dress for success* (in *Sociologia* (n.3, 2015); *Crisi reale e benessere apparente* (in *Micro & Macro Marketing*, a. XXIV, n. 1, 2015).

Bibliografia

- Baudrillard, J. (1968). *Le système des objets*. Paris: Éditions Gallimard; trad.it (2004). *Il sistema degli oggetti*. Milano: Bompiani
- Baudrillard, J. (1974). *La société de consommation. Ses mythes ses structures*. Paris: Éditions Gallimard; trad.it. (2008). *La società dei consumi*. Bologna: il Mulino
- Baudrillard, J. (1976). *L'échange symbolique et la mort*. Paris: Éditions Gallimard; trad.it. (2007). *Lo scambio simbolico e la morte*. Bologna: Feltrinelli
- Baudrillard, J. (1979). *De la séduction*. Paris: Éditions Galilée; trad.it. (1997). *Della seduzione*. Milano: SE

- Baudrillard, J. (1983). *Les Strategies fatales*. Paris: Editions Grasset & Fasquelle; trad.it. (1984). *Le strategie fatali*. Milano: Feltrinelli
- Bauman, Z. (2007). *Homo consumens. Lo sciame inquieto dei consumatori e la miseria degli esclusi*. Trento: Erickson
- Bianco, A. (2011). Georg Simmel: le forme dell'amore. *Società Mutamento Politica*, 2, n.4. pp. 51-63. Firenze: University Press
- Boccia Artieri, G. (2006), *I media mondo*. Roma: Meltemi
- Boccia Artieri, G. (2012), *Stati di connessione. Pubblici, cittadini e consumatori nella (Social) Network Society*. Milano: Franco Angeli
- Capovin, R. (2006). Seduzione, sense o nonsense in Jean Baudrillard. *Agalma*, n.12, pp. 65-77
- Cattarinussi, B. (2000) (a cura di). *Emozioni e sentimenti nella vita sociale*. Milano: Franco Angeli
- Cerulo, M. (2009). *Il sentire controverso*. Roma: Carocci
- Codeluppi, V. (2014). *Tutti divi. Vivere in vetrina*. Bologna: Laterza
- Codeluppi, V. (2015). *Mi metto in vetrina. Selfie, Facebook, Apple, Hello Kitty, Renzi e altre "vetrinizzazioni"*. Milano: Mimesis
- Cotesta, V. (2004). *Introduzione*. In G. Simmel (1901) *Zur Psychologie der Scham*. Vienna: Die Zeit, 9 novembre; trad. it. (2004), *Sull'intimità*, Roma: Armando Editore.
- D'Andrea, F. (1999). *Soggettività e dinamiche culturali in G.Simmel*. Roma: Jouvence
- D'Andrea, F. (2008). *Il corpo in gioco*. Milano: FrancoAngeli
- D'Andrea, F. (2013). *Quel che è gioco nella socievolezza*. In M.C. Federici e M. Picchio (a cura di), *Pensare Georg Simmel: eredità e prospettiva* (pp. 239-57). Perugia: Morlacchi
- Diodato, R. (2005). *L'estetica del virtuale*. Milano: Bruno Mondadori
- Elias, N. (1969). *Über den Prozess der Zivilisation. I. Wandlungen des Verhaltens in den Weltlichen Oberschichten des Abendlandes*. Frankfurt: Suhrkamp; trad.it. (2009). *La civiltà delle buone maniere. Le trasformazioni dei costumi nel mondo aristocratico occidentale*. Bologna: il Mulino
- Elias, N. (1969). *Über den Prozess der Zivilisation. II. Wandlungen der Gesellschaft. Entwurf zu einer Theorie der Zivilisation*. Frankfurt: Suhrkamp; trad.it. (2010). *Potere e civiltà. Il processo di civilizzazione*. Bologna: il Mulino
- Foucault, M. (1976). *L'usage des plaisirs*. Paris: Éditions Gallimard; trad.it. (2008a). *L'uso dei piaceri*. Milano: Feltrinelli
- Foucault, M. (1975). *Surveiller et punir: Naissance de la prison*. Paris: Éditions Gallimard; trad.it. (2008b). *Sorvegliare e punire*. Torino: Einaudi
- Hochschild, A.R. (2003). *The Commercialization of Intimate Life: Notes from Home and Work*. Berkeley: University of California Press; trad. it. (2006). *Per amore o per denaro*. Bologna: il Mulino
- Hochschild, A.R. (1979). *The Managed Heart: Commercialization of Human Feeling*. California: The University of California Press; trad. it. (2013). *Lavoro emozionale e struttura sociale*. Roma: Armando editore (ed. orig. 1979)

- Illouz, E. (2007). *Cold Intimacies: The Making of Emotional Capitalism*. London: Polity Press; trad.it. (2007). *Intimità fredde. Le emozioni nella società dei consumi*. Milano: Feltrinelli
- Iagulli, P. (2009). La sociologia delle emozioni in Italia. *Sociologia: Rivista Quadrimestrale di Scienze Storiche e Sociali*, n.1, pp. 103-111
- Iagulli, P. (2011). *La sociologia delle emozioni*. Milano: FrancoAngeli
- Lacroix, M. (2001). *Le culte de l'émotion*. Paris: Flammarion; trad.it. (2001). *Il culto dell'emozione*. Milano: Vita & Pensiero
- Leonzi, S. (2009). *Il sonno della ragione genera mondi*. In S. Lenzi (a cura di), *Michel Maffesoli. Fenomenologie dell'immaginario* (pp. 27-48). Roma: Armando editore
- Lipovetsky, G. (2006). *Le bonheur paradoxal*. Paris: Edition Gallimard; trad.it. (2007). *Una felicità paradossale*. Milano: Raffaello Cortina Editore
- Maffesoli, M. (1993). *La contemplation du monde*. Paris: Grasset; trad. it. (1993a). *La contemplazione del mondo*. Genova: Costa & Nolan
- Maffesoli, M. (1991). *Au creux des apparences. Pour une éthique de l'esthétique*. Paris: Plon; trad. it. (1993b). *Nel vuoto delle apparenze*. Milano: Garzanti
- Secondulfo, D. e Viviani, D. (2017). *L'eredità di Jean Baudrillard a dieci anni dalla sua morte*. In *Sociologia*. In corso di pubblicazione
- Sennett, R. (1977). *The Fall of Public Man*. New York: Knopf; trad. It. (2009b). *Il declino dell'uomo pubblico*. Milano: Feltrinelli
- Sennett R. (2003). *Respect in a World of Inequality*. London: Penguin; trad.it. (2009a). *Rispetto. La dignità umana in un mondo di diseguali*. Bologna: il Mulino
- Simmel G. (1896) *Soziologische Aesthetik*. ex: Die Zukunft. Herausgeber: Maximilian Harden, 17. Nr. 5. vom 31. 10. S. 204-216; trad. it. (2006), *Estetica e sociologia*. Roma: Armando editore
- Simmel G. (1901) *Zur Psychologie der Scham*. Vienna: Die Zeit, 9 novembre; trad. it. (2004), *Sull'intimità*, Roma: Armando editore
- Simmel, G. (1903). *Die Großstädte und das Geistesleben*. Dresden: Petermann; trad. it. (2013), *La metropoli e la vita dello spirito*, Roma: Armando editore
- Simmel G. (1906) *Psychologie der Diskretion*, Vienna: in "Der Tag", n. 445 vom 2. September und n.447 vom.4 September; trad. it. (2004), *Sull'intimità*, Roma: Armando editore
- Simmel G. (1907) *Dankbarkeit, Ein soziologischer Versuch*, Vienna: in "Morgen", 1, 1907, pp.593-8; trad. it. (2004), *Sull'intimità*, Roma: Armando editore
- Simmel G. (1908) *Psychologie des Schmuckes*, Vienna: in "Morgen", 2, 1908, pp.454-9; trad. it. (2004), *Sull'intimità*, Roma: Armando editore
- Simmel G. (1908). *Soziologie. Untersuchungen über die Formen der Vergesellschaftung*. Leipzig: Duncker & Humblot; trad. it. (1998), *Sociologia*, Torino: Edizioni di Comunità
- Simmel, G. (1911a). *Weibliche Kultur*. In *Philosophische Kultur*. Leipzig: Kröner; trad. it. (2001), *Cultura femminile*. In *Filosofia dell'amore*. Roma: Donzelli Editore
- Simmel G. (1911b). *Psychologie der Koketerie*. In *Philosophische Kultur*. Leipzig: Kröner; trad. it. (2001), *La civetteria*. In *Filosofia dell'amore*. Roma: Donzelli Editore

- Simmel G. (1917), *Die Geselligkeit*. In *Grundfragen der Soziologie - Individuum und Gesellschaft*. Berlin: Leipzig. trad. it. (2005), *Socievolezza*, Roma: Armando editore.
- Simmel, G. (1921-1922). *Fragment ùher die Liete*; trad. it. (2001). *Filosofia dell'amore*. Roma: Donzelli Editore
- Simmel G. (1928). *Das Problem des Porträts*, in "Die Neue Rundschau", 29, 1918, pp.1336-1344; trad.it. (1985). *Il volto e il ritratto*, Bologna: il Mulino
- Squicciarino N. (1999). *Il profondo della superficie*. Roma: Armando editore
- Turnaturi G. (2000). *Lo spettacolo delle emozioni*. In B. Cattarinussi (a cura di). *Emozioni e sentimenti nella vita sociale*. Milano: Franco Angeli
- Turnaturi G. (2005). *Presentazione*. In G. Simmel (1917), *Die Geselligkeit*. In *Grundfragen der Soziologie - Individuum und Gesellschaft*. Berlin: Leipzig; trad. it. *Socievolezza*, Roma: Armando editore.
- Turnaturi G. (2007). *Emozioni: maneggiare con cura*. In E. Illouz (2007). *Intimità fredde. Le emozioni nella società dei consumi*. Milano: Feltrinelli
- Turnaturi G. (2016). *Amorevoli difficili incontri*. Napoli-Salerno: Orthotes
- Viviani D. (2008). *Simulacro. Una ipotesi di lettura della postmodernità*. Verona: Quiedit
- Viviani D. (2012). Jean Baudrillard: cynism or truth? *Italian Sociological Review*, Vol. 2, n. 1, pp. 57-65 (www.italiansociologicalreview.org)
- Vozza M. (2001). *Introduzione*. In G. Simmel (1921-1922). *Fragment ùher die Liete*; trad. it. *Filosofia dell'amore*. Roma: Donzelli Editore
- Zamperini A. (2007). *L'indifferenza. Conformismo del sentire e dissenso emotivo*. Torino: Einaudi

Note

¹ Ricordiamo che per Baudrillard, anche la seduzione risponde alla logica dei simulacri (Baudrillard, 2007). Quel processo di trasformazione sociale che inganna il soggetto presentando copie che richiamano il nulla, come è e fa appunto il simulacro (Viviani, 2008). Nel caso della seduzione riemergono le dinamiche di scambio di codici e simboli che sono tipiche della simulazione e che, con un rituale continuo ed ininterrotto, allontanano l'uomo dalla verità (Secondulfo e Viviani, 2017).