

**JEAN BAUDRILLARD  
E LA TEORIA DEI MEDIA**

A CURA DI  
VANNI CODELUPPI  
TITO VAGNI

---



#### Editor

Giovanni Boccia Artieri  
Università degli Studi di Urbino Carlo Bo

#### Editorial Board

Alberto Abruzzese (Università IULM, Milano)  
Sara Bentivegna (Sapienza: Università di Roma)  
Federico Boni (Università degli Studi di Milano)  
Vanni Codeluppi (Università di Modena e Reggio Emilia)  
Fausto Colombo (Università Cattolica del Sacro Cuore, Milano)  
Stefano Cristante (Università del Salento)  
Giovanni Fiorentino (Università degli Studi della Toscana)  
Gino Frezza (Università di Salerno)  
Alberto Marinelli (Sapienza: Università di Roma)  
Francesca Pasquali (Università degli Studi di Bergamo)  
Gianfranco Pecchinenda (Università Federico II, Napoli)  
Giovanni Ragone (Sapienza Università di Roma)  
Mario Riccardi (Politecnico di Torino)  
Luca Toschi (Università di Firenze)

#### Scientific Committee

Maurice Aymard (Fondation Maison des Sciences de l'Homme, Parigi)  
Sebastiano Bagnara (Università di Sassari)  
Roberta Bartoletti (Università di Urbino Carlo Bo)  
Nancy Baym (University of Kansas)  
Sergio Brncato (Università di Napoli Federico II)  
Jean Burgess (Queensland University of Technology)  
Enrique Bustamante (Universidad Complutense, Madrid)  
Gustavo Cardoso (ISC TE, Lisbona)  
Gianni Corino (University of Plymouth)  
Patrice Flichy (Université Paris Est Marne-la-Vallée)  
Elisa Giaccardi (Universidad Carlos III, Madrid)  
Jeremy Hight (California Institute of Arts, Los Angeles)  
Emiliano Iardi (Università di Cagliari)  
Paula Levine (San Francisco State University)  
Jorge Lozano (Universidad Complutense, Madrid)  
Roberto Magliano (Università di Roma 3)  
Sara Monaci (Università degli Studi di Torino)  
Enrico Pedemonte (L'Espresso)

Xavier Perez (Universitat Pompeu Fabra, Barcellona)  
Mike Philips (University of Plymouth)  
Beppe Richeri (Università della Svizzera Italiana, Lugano)  
Massimo Riva (Brown University, Providence)  
Gemini Laura (Università di Urbino Carlo Bo)  
Gino Roncaglia (Università della Toscana, Viterbo)  
Roberto Saracco (EIT ICT Labs, Trento)  
Donald Sassoon (Queen Mary College, Londra)  
Chris Speed (Edinburgh College of Art)  
Yvon Thiec (Eurocinema, Bruxelles)  
Bernardo Valli (Università di Urbino)  
Ugo Volli (Università di Torino)

#### Journal Manager

Manolo Farci  
Università degli studi di Urbino Carlo Bo

#### Direttore responsabile ai termini di legge

Giovanni Ragone  
Sapienza: Università di Roma

#### Hanno diretto la rivista

Alberto Abruzzese (2013-2015)

#### Casa Editrice Sapienza

ISSN: 2282-2542

Rivista telematica scientifica della Sapienza Università di Roma registrata presso il Tribunale Civile di Roma (N. 256 del 30/10/2013)



Questa rivista · pubblicata sotto una licenza Creative Commons Attribution 3.0

# Indice

## Editoriali

**Pensare radicale. Jean Baudrillard e la teoria dei media**.....3  
*Vanni Codeluppi, Tito Vagni*

**Jean Baudrillard: le paroxyste indifférent**.....9  
*Michel Maffesoli*

## Saggi

**Immagini senza segreto. Media, simulazione e rappresentazione in Baudrillard e Simmel**..... 14  
*Federico Tarquini*

**Rien ne va plus. Emozioni e passioni in Georg Simmel e Jean Baudrillard**.....30  
*Debora Viviani*

**“The meta-language of an absent world”. Baudrillard, McLuhan and the media consumption**.....43  
*Andrea Lombardinilo*

**Food (is not) porn. Le immagini del cibo e l’orizzonte della scomparsa**.....56  
*Tito Vagni*

**Dell’orgia e della seduzione Baudrillard come precursore del pensiero post-human**.....70  
*Alfonso Amendola, Vincenzo del Gaudio, Mario Tirino*

**Matrici e nostalgie. Baudrillard e il nostro mondo infondato**.....86  
*Antonio Tursi*

**Apocalisse del terrore. Baudrillard tra intelligenza del Male e stupidità del Bene**.....97  
*Massimo Canepa*

**La trasparenza dei media e la fine dell’utopia. Jean Baudrillard pensatore utopico**.....109  
*Dario Altobelli*

**Il delitto perfetto? Baudrillard al tempo della noir TV**.....126  
*Antonia Cava*

**“L’informazione come scandalo”. Dall’iperrealtà dell’industria dell’informazione alle fake news del sistema mediale ibrido**.....137  
*Marco Binotto*

**La dialettica dell’immagine terroristica: Baudrillard contro Baudrillard**.....151  
*Antonio Tramontana*

**La pornografia dell’antiterrorismo: la retorica dello scontro di civiltà nella rappresentazione degli attentati di Parigi**.....165  
*Vincenzo Romania*

**Anamorfosi del terrorismo. La narrazione degli attacchi terroristici nella stampa italiana**.....178  
*Gevisa La Rocca, Juan Martínez Torvisco*

## **Percorsi di ricerca**

**Chiara Ferragni: il corpo simulacro**.....194  
*Maria Angela Polesana*

**Il concetto di rappresentazione nella *Premessa gnoseologica* di Walter Benjamin**.....211  
*Antonio Rafele*

**Benjamin e il medium romanzo**.....222  
*Donatella Capaldi, Giovanni Ragone*

**Il crowdfunding per progetti culturali**.....250  
*Francesco D’Amato*

## INTRODUZIONE

### **Pensare radicale. Il contributo di Jean Baudrillard allo studio dei media**

Vanni Codeluppi\*

Libera Università di Lingue e Comunicazione – IULM

Tito Vagni\*\*

Libera Università di Lingue e Comunicazione – IULM

Noi conseguiremo forme sottili di radicalizzazione delle qualità segrete, e combatteremo l'oscenità con le sue stesse armi. Al più vero del vero opporremo il più falso del falso. Non opporremo il bello e il brutto, cercheremo il più brutto del brutto: il mostruoso.

Jean Baudrillard, *Le strategie fatali*

Nel 2007 moriva a Parigi Jean Baudrillard, uno dei più originali e influenti pensatori contemporanei. A dieci anni dalla sua scomparsa, nel marzo del 2017, i curatori di questo numero monografico di Mediascapes Journal hanno organizzato, presso l'Università IULM, un convegno dal titolo "Jean Baudrillard e la teoria dei media". Il nostro intento non è stato quello di costringere Baudrillard all'interno di un recinto disciplinare, bensì quello di allargare tale recinto anche a studiosi e teorie che in modo innovativo ed efficace riflettono sullo stesso campo di interesse della teoria dei media. Con Baudrillard questa intenzione ci è sembrata ragionevole, in virtù del fatto che uno dei principali nodi della sua ricerca è sempre stato il concetto di società mediatizzata, fin dal suo primo libro, *Il sistema degli oggetti* (1968), nel quale analizzava il "rapporto fatale con la tecnica", che stava portando ad una progressiva sostituzione del mondo reale con i suoi "simulacri", ovvero forme di rappresentazione totalmente fabbricate dagli uomini attraverso le proprie estensioni tecnologiche.

Durante tutta la sua ricerca, Baudrillard ha confermato una notevole attenzione per i media, mostrando interesse per i lavori di Walter Benjamin e Marshall McLuhan, e stringendo tra questi due importanti autori della riflessione mediologica una connessione – approfondita, in particolare, ne *Lo scambio simbolico e la morte* (1976) – che negli anni '70 non era ancora stata esplorata in maniera sistematica. Siamo convinti, quindi, che

---

\* Email: [vanni.codeluppi@iulm.it](mailto:vanni.codeluppi@iulm.it)

\*\* Email: [tito.vagni@iulm.it](mailto:tito.vagni@iulm.it)

Jean Baudrillard possa fornire un prezioso contributo agli studiosi dei media per la capacità di cogliere la centralità dei processi tecnologici e comunicativi della seconda metà del Novecento, per gli autori che ha usato come filtro per la comprensione di tali fenomeni e, infine, perché consente alla sociologia dei media di decentrare il suo punto di vista e di rafforzare la propria vocazione “culturologica” (Wolff, 1985). Con questo termine Mauro Wolf si riferiva ad “un’area di interessi e di riflessione” nata in contrapposizione alla *communication research*, che al contrario della tradizione statunitense non indagava “direttamente i mass media né tantomeno i loro effetti sui destinatari: l’oggetto di analisi programmaticamente perseguito è la definizione della nuova forma di cultura della società contemporanea” (1985, p. 102). Per tale ragione, all’interno della teoria dei media, Baudrillard può essere collocato in questo spazio riflessivo, insieme a Roland Barthes, a Michel De Certeau e a Edgar Morin, come rappresentante della teoria culturologica francese, che i tracciati della sociologia italiana hanno spesso sfiorato, senza dedicarle il necessario approfondimento.

Con il convegno di Milano e con questo numero monografico, vogliamo dare un piccolo contributo all’opera di recupero e di attualizzazione di un autore a nostro avviso fondamentale per la comprensione dei processi comunicativi e della società *tout court*. Un tentativo non certo isolato, se si pensa alle pubblicazioni italiane dedicate a Baudrillard<sup>1</sup> e alle attività convegnistiche e seminariali che hanno celebrato lo studioso francese nell’ultimo anno, ma certamente non sufficiente a restituirne la potenza intellettuale.

L’eredità di Baudrillard è nei concetti di simulacro, osceno, profusione, seduzione, simulazione, telemorfosi, che formano un abbecedario ancora attualissimo con il quale indagare i funzionamenti della società contemporanea. Ma oltre agli approdi concettuali – che in questo numero sono ampiamente ricordati e indagati – uno dei lasciti più preziosi di Baudrillard è il metodo: un pensare estremo, capace di sovvertire il consueto punto di vista e creare nuovi percorsi di ricerca, nuovi punti di osservazione. Uno sguardo che sfida la vita ordinaria, unito a una scrittura non imbrigliata in alcuna forma accademica precostituita, con una capacità espressiva fuori dal comune e un’altrettanto poderosa abilità di penetrare i fenomeni sociali. Un metodo che, come quello benjaminiano, non si pone frontalmente all’oggetto, ma sembra provenire dal di dentro: frutto di una ossessione per gli oggetti a cui l’autore francese è legato da una forte fascinazione, tale da far scaturire l’analisi e la comprensione dei fenomeni (Codeluppi, 2014). Il ricorrere dei problemi e delle tematiche testimonia la loro tendenza a sottrarsi. Così, Baudrillard torna continuamente su temi già trattati, come se fossero inesauribili e mai completamente controllabili, restituendo l’idea di un materiale riflessivo vivente. Un metodo che Baudrillard non ha mai spiegato direttamente, perché, come scrive proprio Walter Benjamin nella sua *Premessa gnoseologica*: “se la filosofia vuol conservare la legge della sua forma non come propedeutica alla conoscenza ma come rappresentazione della verità, allora ciò che importa sarà la pratica di questa forma, e non la sua anticipazione sistematica” (1974, p.4).

Il pensare radicale di Baudrillard, la sua tumultuosa capacità d’indagine del quotidiano, persino dell’attualità, non ha mai temuto di invadere l’arena pubblica – dove spesso la

ricerca scientifica finisce per confondersi con la “sociologia spontanea” dei giornalisti – sicuro di una irriducibile complessità, che metteva in crisi le stesse basi concettuali dalle quali gli altri commentatori avviavano le loro analisi.

Le tante adesioni al convegno e la selezione referata dei paper che qui proponiamo dimostrano l'estrema utilità e attualità delle teorie di Baudrillard. La polifonia dei contributi non è dovuta solamente alla vastità degli oggetti di analisi e ai campi di indagine attraversati dallo studioso francese, ma anche alla loro capacità di ramificare, nonostante l'apparente forza attrattiva del pensiero baudrillardiano.

Tutti i contributi sono caratterizzati da una matrice comune: individuare nelle teorie e nei concetti del sociologo francese un punto di partenza per intraprendere dei percorsi di ricerca autonomi. I quattordici saggi della parte monografica, nonostante la loro autonomia e specificità, possano essere ricondotti a tre blocchi tematici:

1. Il primo blocco è legato alle connessioni teoriche. Federico Tarquini con il suo saggio *Immagini senza segreto. Media, simulazione e rappresentazione in Baudrillard e Simmel* indaga il concetto di trasparenza nel lavoro di Baudrillard, stringendo una connessione teorica con le riflessioni di Georg Simmel sul segreto. L'obiettivo è mostrare due differenti modi di affrontare lo studio dell'immagine mediatica, riuscendo a coglierne sia la capacità rappresentativa che l'effetto di simulazione. Anche Debora Viviani mette in relazione Baudrillard e Simmel, soffermandosi però sul piano delle emozioni. Nel suo saggio *Rien ne va plus. Emozioni e passioni in Georg Simmel e Jean Baudrillard*, viene riletta l'opera di Baudrillard come possibile momento della teoria delle emozioni, che vede in Simmel uno dei primi e più importanti rappresentanti. Da questo confronto emerge la figura dell'*homo impatiens*, vale a dire un soggetto alla continua ricerca di sensazioni istantanee ed emozioni veloci, che non esperisce più nel rapporto con gli altri, ma nell'incessante consumo di merci. Un'altra connessione è individuata da Andrea Lombardinilo nel saggio *"The meta-language of an absent world". Baudrillard, McLuhan and the media consumption*, che approfondisce l'influenza di Marshall McLuhan sul lavoro del sociologo francese. Soffermandosi su *La società dei consumi* (1970), l'autore mostra come la celebre idea McLuhaniana “Il mezzo è il messaggio” avalli le riflessioni relative alla simulazione e all'iperrealtà. Tito Vagni, nel saggio *Food (is not) porn. Le immagini del cibo e l'orizzonte della scomparsa*, affronta il dilagare delle immagini gastronomiche, facendo dialogare le teorie di Baudrillard e Barthes sulla trasparenza integrale prodotta dalle immagini mediatiche – da cui l'autore fa derivare l'uso del termine *food porn* – e la prospettiva di Susan Sontag, secondo la quale la fotografia produce una nuova modalità di vedere, che restringe il mondo, provocando una sua sparizione, non causata da un eccesso di visione ma dallo sguardo focalizzato dei media visuali. Infine, Alfonso Amendola, Vincenzo del Gaudio e Mario Tirino con il saggio *Dell'orgia e della seduzione Baudrillard come precursore del pensiero post-umano* usano le ricerche di Baudrillard come antecedente delle teorie sul post-umano, evocando l'idea di “umanesimo anti-umanista” che, secondo gli autori, caratterizza la posizione teorica di Baudrillard,

attento a tematiche – virtuale, transessualità, clonazione – che gli studi sul post-umano hanno spesso recuperato.

2. Il secondo blocco di articoli ha come denominatore comune l'intenzione di misurare alcune tra le più rilevanti idee di Baudrillard con le sfide teoriche a cui ci costringe il presente. Antonio Tursi, rileggendo il pensiero di Baudrillard sulla scorta di *Matrix*, nel suo articolo *Matrici e nostalgie. Baudrillard e il nostro mondo infondato*, riflette sulla necessità di fondare un pensiero critico e politico all'interno della logica dei simulacri, ricercando la loro catastrofe. Il saggio di Massimo Canepa, *Apocalisse del terrore. Baudrillard tra intelligenza del Male e stupidità del Bene*, riferendosi ad alcuni eventi mediali analizzati dallo stesso Baudrillard, mette in luce l'ambivalenza delle strategie egemoniche basate sull'uso delle immagini: "chi vuole ottenere il potere con l'immagine allora morirà per mano del ritorno-immagine, perché il carnevale dell'immagine è anche l'autocannibalizzazione attraverso l'immagine". Anche il saggio di Dario Altobelli, *La trasparenza dei media e la fine dell'utopia. Jean Baudrillard pensatore utopico*, analizza alcune celebri immagini contemporanee, con l'obiettivo di testare la declinazione baudrillardiana dell'idea di utopia. Secondo la sua ricostruzione, il sociologo francese immagina la fine dell'utopia attraverso la sua realizzazione, attribuendo questo evento alla "capacità del sistema tecno-sociale contemporaneo di assorbire ogni istanza, anche antagonista, al suo interno come ulteriore elemento per il suo funzionamento ricorsivo. Eppure, secondo Altobelli, Baudrillard covava una "utopia segreta": poter pensare il mondo attraverso logiche adialettiche, reciproche e seduttive. Antonia Cava, invece, approfondisce il ruolo delle media contemporanei e la loro vocazione a creare mondi. Nel saggio *Il delitto perfetto? Baudrillard al tempo della noir TV* riflette intorno al tema dell'iperrealtà, proponendone un superamento teoretico basato sull'idea che con le narrazioni televisive contemporanee del genere *emotainment* si verifichi una indistinguibilità di base tra l'evento e la sua rappresentazione, ed anzi è la realtà televisiva ad incidere sugli eventi. Sulla stessa direttrice di ricerca, Stefano Binotto in *"L'informazione come scandalo". Dall'iperrealtà dell'industria dell'informazione alle fake news del sistema mediale ibrido* indaga il concetto di iperrealtà, utilizzandolo come strumento euristico per analizzare il passaggio dalle bufale giornalistiche – tipiche dell'industria dell'informazione – alle *fake news*, a cui l'autore si riferisce come al prodotto tipico di un sistema mediale ibridato dall'informazione istituzionale e da quella dal basso.

3. Il terzo blocco di saggi è dedicato al tema del terrorismo. Su una tematica tipicamente baudrillardiana, Antonio Tramontana innesta l'idea di "immagine dialettica" di Walter Benjamin, utilizzata come strumento analitico. L'obiettivo di *La dialettica dell'immagine terroristica: Baudrillard contro Baudrillard* è quello di considerare le immagini-evento tenendo in una costante tensione il terrorismo e gli spettatori, in "una condensazione energetica riunita attorno a un campo di forze che si erge al di sopra della visione di immagini di cui si compone il simulacro baudrillardiano e dove la tensione di elementi dialettici percepiti nella loro posizione di arresto è massima". Anche Vincenzo Romania si è concentrato sul terrorismo nel suo *La pornografia dell'antiterrorismo: la*

*retorica dello scontro di civiltà nella rappresentazione degli attentati di Parigi.* Attraverso una frame analysis condotta all'indomani degli eventi terroristici francesi del biennio 2015-2016, l'autore ha portato alla luce come "il piano della rappresentazione si sia progressivamente distaccato da quello evenemenziale" sia nella rielaborazione degli attentati sia da parte dei terroristi, producendo un costante processo di astrazione, che ha prodotto la creazione immaginale di "uno scontro di civiltà, presunto, che continua a cristallizzare nuovi fronti di opposizione". Anche Gevisa La Rocca e Juan Martinez Torvisco in *Anamorfosi del terrorismo. La narrazione degli attacchi terroristici nella stampa italiana* propongono un'analisi statistico-linguistica delle rappresentazioni di quattro testate italiane di tre recenti attentati terroristi. Con l'obiettivo di mostrare come il marketing dell'apocalisse di cui parlava Baudrillard assume in ogni singola circostanza un carattere specifico, in base al pubblico a cui si rivolge.

Questi tre percorsi di ricerca mostrano il modo in cui le teorie di Baudrillard sono entrate nelle bibliografie degli studiosi dei media, costringendo i ricercatori ad un pensiero radicale, vale a dire un pensiero che abbia la forza di andare alle radici dei fenomeni sociali e sia disposto a lasciarsi alle spalle le analisi più convenienti e scontate. Nonostante sia trascorso un decennio dalla sua morte, Baudrillard resta uno dei riferimenti più importanti per chiunque voglia misurarsi con la ricerca mediologica.

## Nota Biografica

Vanni Codeluppi è professore ordinario di Sociologia dei media presso l'Università IULM di Milano. Le sue ricerche si concentrano principalmente sui fenomeni comunicativi presenti nel mondo dei consumi, dei media e della cultura di massa. Direttore del Centro internazionale di studi sulla comunicazione, la creatività e i consumi (C3) presso l'Università di Modena e Reggio Emilia, è autore di numerose pubblicazioni, tradotte in diverse lingue, tra le quali *Il divismo. Cinema, televisione, web* (Roma 2017).

Tito Vagni insegna Processi culturali e comunicativi presso l'Università di Macerata e Sociologia dei media presso l'Università IULM di Milano, dove svolge attività di ricerca. Collabora con il centro di ricerca ATOPOS de l'Universidade de São Paulo (ECA-USP) e con il Centre d' Études sur l'Actuel et le Quotidien (CEAQ) di Parigi. Il suo ultimo libro è *Abitare la TV. Teorie, immaginari, reality show* (Milano 2017).

## Bibliografia

- Baudrillard, J. (1968), *Le système des objets*. Paris: Gallimard; trad. it. (2007) *Il sistema degli oggetti*. Bologna: Bompiani.
- Baudrillard, J. (1976), *L'échange symbolique et la mort*. Paris, Gallimard; trad. it. (2007) *Lo scambio simbolico e la morte*. Milano: Feltrinelli.
- Baudrillard, J. (1983), *Les stratégies fatales*. Paris, Editions Grasset&Fasquelle; trad. it. (2007) *Le strategie fatali*. Milano: Feltrinelli.

- Codeluppi, V. (1987). (a cura di), *Jean Baudrillard. Il sogno della merce*. Roma: Lupetti.
- Codeluppi, V. (2014). (a cura di), *Miti fatali*. Milano: Franco Angeli.
- Codeluppi, V. (2017). (a cura di), *Pornografia del terrorismo*. Milano: Franco Angeli.
- Codeluppi, V., Polesana, M. A. (2017). (a cura di), *Baudrillard ovunque*. Roma: Meltemi.
- De Conciliis, E. (2009). (a cura di), *Jean Baudrillard, o della dissimulazione del reale*. Milano-Udine: Mimesis.
- Wolf, M. (1985), *Teorie delle comunicazioni di massa*. Milano: Bompiani.

<sup>1</sup> Si vedano, in particolare, le raccolte di saggi di Baudrillard curate da Vanni Codeluppi: *Il sogno della merce* (1987), *Miti fatali* (2014) e *Pornografia del terrorismo* (2017) a cui ha fatto seguito il lavoro collettaneo a cura di Vanni Codeluppi e Maria Angela Polesana, *Baudrillard ovunque* (2017). Di notevole interesse anche la raccolta curata da Eleonora de Conciliis, *Jean Baudrillard, o della dissimulazione del reale* (2009).

## OUVERTURE

### Jean Baudrillard: le paroxyste indifférent

Michel Maffesoli

Professeur Émerite en Sorbonne

À une époque fort adonnée à l'insignifiance ou, ce qui revient au même, à la recherche frénétique de la nouveauté, il n'est peut-être pas inutile de rappeler qu'il est des constantes anthropologiques qui, toujours et à nouveau, taraudent chacun d'entre nous et, bien sûr, l'être social en son entièreté. C'est bien cette préoccupation qui a toujours animé le souci de la *radicalité*, coeur battant de l'oeuvre de J.Baudrillard

N'oublions pas qu'il était, tout d'abord, germaniste. D'où l'intime connaissance qu'il avait de quelques auteurs classiques, tel Max Weber ou Georg Simmel. D'eux il avait hérité qu'il était important de penser à contre-pente. Mettre ses convictions et ses croyances entre parenthèses, afin de mieux décrire ce qui *est là*. Le fait, aussi, que nous *sommes là* confrontés au tragique en toute son ambivalence. C'est ce que du *Système des objets* à la *Séduction*, sans oublier *L'échange symbolique et la mort*, caractérise l'épistémologie baudrillardienne!

### Le retour du destin

C'est avec *Le miroir de la production* (1973) que Baudrillard ébauche ce que nommerais le retour du destin sur la scène sociale. Le destin c'est quand l'histoire tend à prendre forme. Les archétypes en sont l'expression. Archétypes soulignant que toute vie en société est tributaire de figures aux racines profondes. Ainsi les figures avec lesquelles commence l'histoire de l'humanité en sa version sémitique, fondement de la tradition occidentale: Adam et Eve avaient deux fils, Caïn et Abel, *frères* et *ennemis* comme l'on sait. *Frère ennemi* voilà bien une ambivalence fondamentale, une lutte à mort que l'on va retrouver dans de nombreuses mythologies.

En bref, la tension est la matrice de toutes choses. C'est l'énergie qui maintient en mouvement l'histoire du monde. C'est également cette tension qui fait de tout un chacun un être vivant. Vivant de son ambiguïté même. Vivant du fait que l'altérité le constitue. Héraclite voyait dans le combat la source de toute existence. Et, comme en un lointain écho, Rimbaud rappelle justement que «Je est un autre». Tout cela soulignant que l'harmonie est conflictuelle et qu'il n'y a d'équilibre que dans la bonne gestion de la

différence.

En de nombreux articles de presse, J.B rappelait que dans le moralisme ambiant il est fréquent de privilégier un unanimité de principe. *Tout le monde il est beau, tout le monde il est gentil!* Tout autre est la vie réelle, reposant sur un tragique structurel. C'est bien ce qui apparaît dans un de ces grands récits fondateurs qu'est le christianisme, pour lequel la croix, «scandale pour les sages de ce monde» va servir de signe de ralliement. Il en est de même du freudisme qui voit dans le «meurtre du père», individuel et collectif, l'origine de la civilisation. Et que dire du marxisme, pour lequel la «lutte des classes» est le moteur essentiel de l'histoire! La vie quotidienne n'est pas en reste. Des *moqueries à parenté*, dont nous parlent les ethnologues et qui peuvent être d'une rare violence, aux scènes de ménage et autres polémologies conjugales ponctuant la vie des couples, large est le sceptre de toutes ces agressivités ponctuant la vie de tous les jours, et témoignant que la vie n'est pas «un long fleuve tranquille». Mais que sa saveur tient beaucoup aux épices qui l'assaisonnent.

C'est en reconnaissant en soi-même et dans l'autre ce mixte inextricable qu'est l'ami-ennemi que l'on peut accéder à cet ordre concret. Celui où l'étrange, l'étranger, l'étrangeté, ont leur place. Une place qui n'est pas mineure. C'est cette reconnaissance qui est au fondement même de l'oeuvre de Jean Baudrillard. Ce qui constituait son non-conformisme structurel, inhabituel, et pour beaucoup choquant dans le règne de la bien-pensance!

## Risque zéro?

Autre élément de sa radicalité c'est lorsqu'il rappelait que c'est en surprotégeant que l'on rend faible. Ainsi l'enfant, élevé dans du coton est-il incapable de se défendre et de résister aux attaques venues de l'extérieur ou de l'intérieur. Il s'agit là d'une constante de la civilisation de tout vouloir maîtriser, jusqu'aux petits aléas de l'existence quotidienne. La peur du risque, tant au niveau individuel que collectif est, certainement, une des constantes de l'espèce humaine. Peut-être est-ce même le moteur essentiel du progrès améliorant la qualité de vie matérielle et permettant un perfectionnement moral.

La chose est entendue, et le bon sens en convient. Mais la chose se complique quand le progrès devient progressisme. C'est-à-dire quand il se systématisé en doctrine, voire en idéologie. Mythe unique auquel tout et tous doivent se soumettre. Forme profane de la divinité à laquelle il convient de sacrifier tout idéal, toute intensité d'être. Sacrifice aboutissant à ce que l'on pourrait appeler, de nos jours, le «*correctness*».

Pourtant nombreux sont les penseurs d'envergure qui ont rendu attentif à la nécessaire *part d'ombre* (C.G. Jung) pour l'homme en particulier, pour l'humanité en général. *Part maudite* (G. Bataille), *instant obscur* (Ernst Bloch). On pourrait multiplier à loisir les expressions consacrées à ce que j'ai, pour ma part, appelé la «part du diable». Toutes choses traduisant cette sagesse enracinée ayant compris qu'il valait mieux accorder une place au mal irrépressible constituant notre humaine nature, sous peine d'être submergé

par son irruption incontrôlée. Le fameux retour du refoulé. Le mythe rapporte que lorsqu'on refusait au dieu Pan l'entrée dans la cité, il mettait la *panique*. Alors que son acceptation, ritualisée, j'allais dire homéopathisée, permettait d'en limiter les méfaits, à tout le moins de les circonscire. Voilà bien une sagesse d'immémoriale mémoire sachant de savoir incorporé que le «mieux est l'ennemi du bien».

Alors qu'elle est, de nos jours bien négligée, la pensée de Georges Bataille se retrouve, tel un fil rouge dans toute l'oeuvre de Baudrillard. Ce qui est bien résumé dans son livre *Le crime parfait* (1995), où au nom d'un Réel riche de l'irréel il analyse la «crime» d'une «réalité» simplement économique ou sociale: celle de la modernité. Avec l'ironie qu'on lui connaît il déconstruit ce «mieux» fascinant une intelligentsia hors sol.

Et c'est ce *mieux* qui, en particulier à partir du XIX siècle, s'est employé à aseptiser la vie sociale. Les historiens de ce siècle, apogée de la modernité, montrent bien comment, subrepticement, l'hygiénisme s'est capillarisé dans l'ensemble du corps social. Comment, aux travers des diverses institutions, il a «formaté» l'individu et ses divers modes de vie. Tout comme il a canalisé les ardeurs et les énergies constitutives de ce que l'on considérait comme des «classes dangereuses». C'est cette *aseptie* qui peu à peu a énervé le corps domestiqué. *Stricto sensu* lui a enlevé ses nerfs. C'est-à-dire sa capacité de résistance aux anticorps pouvant l'atteindre.

Dès lors, peu à peu, se met en place, avec pour lointaine référence la radieuse cité céleste, un mécanisme de protection. Protection contre les assauts du malin, ce sera l'objet de la théologie, contre les attaques du mal et les systèmes moraux en font leurs choux gras, contre les multiples dysfonctionnements sociaux et toutes les grandes idéologies du XIX siècle vont s'y employer continument.

Mais ces diverses théories de l'émancipation, religieuse, morale, politique ont une conséquence redoutable: la soumission. En effet, celui qui protège attend, en retour, que l'on se soumette à ses injonctions, *desiderata* et autres prescriptions normatives. Il y a là, dans la foulée du paternalisme spécifique au moralisme du bourgeoisisme le désir de garder l'humanité dans une perpétuelle infantilisation.

Voilà quelles sont les racines anthropologiques de la sécurisation à outrance. Ce qui va culminer dans l'idéologie du «risque zéro» et autres principes de précaution. Les multiples interdictions ponctuant l'existence en portent témoignage. Conduire, manger, s'habiller, boire, fumer, aimer, habiter et l'on pourrait à l'infini substantiver nombre de pratiques de la vie quotidienne, tout va être constellé de règles précises, rigoureuses, impératives, ne laissant plus de place à l'expression de la plus simple vitalité. C'est un tel refus de l'excès, fût-il minime ou ponctuel qui peut conduire à son exact contraire. En termes savants: *hétérotélie*. *Effets pervers* faisant que ce qui est obtenu est le contraire de ce qui était attendu. L'animal humain se souvient qu'à côté de la raison, il y a ses émotions, ses affects, ses passions et qu'à trop les brider ou les dénier, on aboutit à une société dans laquelle on est protégé certes, mais où l'ennui conduit à une mort non moins assurée. C'est bien contre cela que Jean Baudrillard se pose en *paroxyste indifférent* (1997), ce qu'il nomme: le «charme discret de l'indifférence». N'être en rien engagé de manière à savoir dire l'entièreté de l'être? En ce qu'il a d'inquiétant, mais aussi de vivant.

## Pour la mort

C'est bien le leitmotiv de l'ample symphonie heideggerienne: *Zum Todt*. Mais il n'y a rien de macabre dans ce rappel élémentaire de la finitude humaine. Inéluctablement on s'achemine vers la mort. Et la reconnaissance d'une telle destinée ne va pas sans une certaine jubilation. Les époques tragiques, on commence à s'en rendre compte, sont celles où le festif, sous de multiples formes, joue un rôle non négligeable.

C'est ainsi qu'à l'encontre du sympathique et quelque peu naïfs mythe progressiste, qui fut un élément moteur de la modernité, Baudrillard rappelle que la sagesse populaire sait bien, de savoir incorporé, que l'impermanence est au cœur même de l'humaine nature. Et comme en écho des penseurs robotatifs soulignent le va-et-vient des cycles marquant le déroulement historique. Ainsi G. Vico rappelant les *corsi et ricorsi* dont est pétrie la culture.

Le cours des choses, le retour d'autres, voire le détour, voilà qui relativise le simplissime linéarisme temporel sur lequel s'est fondé l'optimisme propre à la tradition judéo-chrétienne (sémitique). L'Occident va en hériter et la modernité en parachever les effets. Le fil rouge d'un tel optimisme est la dénégation de la mort. On la retrouve dans l'exclamation de Saint Paul: «Mort, où est ta victoire?» Nulle part, puisque le Christ est ressuscité! Elle réapparaît dans le développement scientifique du XIX siècle avec son souci, son ambition d'un progrès indéfini devant résoudre toutes les vicissitudes humaines. En premier chef, la mort. Mais voilà que celle-ci dans un de ces étonnants *ricorsi* refait surface en de nombreux domaines. Parmi lesquels celui de la fête. Il peut paraître étonnant et quelque peu paradoxal, de voir une telle reviviscence en ces effervescences dionysiaques où prévaut le plaisir d'être et le désir de vie. Et en observateur avisé de l'exacerbation festive, ainsi Sade, ou, plus près de nous Bataille, Baudrillard a montré la proximité existant entre la jouissance vitale et la ritualisation de la mort.

*L'échange symbolique et la mort* (1976) en témoigne. C'est bien cela que l'on trouve dans les épreuves propres aux diverses formes de l'initiation sociétale, c'est cela, également, qui est à l'œuvre au travers des âges, dans les différentes formes de bacchanales. En chacun de ces cas, pour reprendre la formule de Goethe, on entend l'écho inconscient du «Meurs et deviens». Il n'est que d'écouter le ramdam des techno-parades, de suivre le défilé d'une «gay pride», de participer à une eucharistie païenne dans une boîte disco à la mode, pour se rendre compte que l'enfer et le paradis ne sont que le recto-verso d'une même réalité. Vie et mort mêlées en un mixte sans fin. Ou plutôt *homéopathisation* de la mort par une exacerbation de la vie. Dans ce livre, cela est nommé: «koo Killer ou l'insurrection par les signes», la «pulsion de mort» ou «la mort chez Bataille».

On ne dira jamais assez comment dans le bruit et la fureur de ces effervescences musicales que l'on retrouve de Tokyo à Buenos Aires, en passant par Ibiza, Londres ou Berlin, c'est dans toutes les villes du monde, la *part du diable* qui a droit de cité. Et dans tous ces lieux, dans tous ces moments, on peut observer une intime liaison entre la

possession et la liberté d'être. Voilà qui peut sembler paradoxal tant on a considéré, dans la tradition moderne, que la liberté traduisait le fait d'être *maître de soi*. Et là, dans le temps accéléré d'une musique assourdissante, les corps endiablés montrent, à l'évidence, qu'ils sont à la fois *possédés* tout en exprimant un indéniable «laisser-être». Au sens strict, ils «ek-sistent». Ils sortent d'eux-mêmes, et par là créent un corps collectif qui est, quasiment, palpable pour ceux qui se sont *purgés* des idées convenues. En particulier celles ayant trait, au supposé individualisme contemporain.

C'est une telle mort symbolique, nous habituant à la mort réelle, qui est en jeu dans les fusions, confusions propres aux boîtes de nuit. Le terme lui-même n'est-il pas instructif: aller en boîte n'est-il pas le propre de la «mise en boîte», expression populaire désignant le cercueil? Il s'agit là, consciemment ou pas, d'une démarche initiatique, celle du nomade qui, en vivant sa mort de tous les jours, est bien en chemin (*zum Todt*) vers cette ultime réalité: la finitude lui conférant, en fait, toute sa grandeur. N'est-ce point cela la radicalité, et ce en son sens fort, de l'oeuvre de Baudrillard? Encore un chapitre de *L'échange symbolique et la mort*: «ma mort partout ma mort qui rêve». C'est ce rêve qui parcourt l'oeuvre de J.B. Il en fait l'originalité, et lui donne un aspect prospectif dont on n'a pas fini d'épuiser la richesse.

### **Nota biografica**

Professore emerito alla Sorbona e membro dell'Institut universitaire de France, Michel Maffesoli ha fondato e diretto il Centre d'Études sur l'Actuel et le Quotidien (CEAQ). È autore di molti volumi, tra i quali *Le Temps des tribus* (1988), *La Part du diable: précis de subversion postmoderne* (2002) *La parole du silence* (2016)

## Immagini senza segreto. Media, simulazione e rappresentazione in Baudrillard e Simmel\*

Federico Tarquini\*\*  
Sapienza, Università di Roma

The essay compares the theory of "radical transparency" proposed by Jean Baudrillard with the analysis on "secret" developed by Georg Simmel. In the well-known essays on *L'effet Beaubourg* and *Telemorfosi*, Baudrillard focuses on an extremely important trend detectable in mediological studies: the inescapable depletion of the representative function of images. According to the French philosopher, not differently from the famous Parisian museum, television reality-shows plastically demonstrate how the radical transparency regime is only capable to produce a simulation of reality, devoid of any reference value. On the contrary, in the fifth chapter of Simmel's *Soziologie*, secret is considered indispensable and functional for any kind of relationship, either intimate or collective, precisely because it facilitates the realization of representations. In this latter perspective, the construction of someone else's image is therefore the result of a constant interplay between mutual interactions based on revealing and concealing, where secret plays a fundamental role. The present contribution emphasises how both the analyses of Baudrillard and Simmel, notwithstanding their differences, represent a fundamental theoretical assumption for the comprehension of the current exponential growth of images produced and distributed by the digital media. The aim of the essay is eventually to outline a theoretical approach descending from these two authors, suit for the current media landscape.

**Keywords:** Baudrillard, Simmel, Segreto, Mediologia, Immagine.

La trasparenza che non lascia nulla coperto, nascosto ed espone tutto alla vista è oscena. Tutte le immagini mediali sono, oggi, più o meno pornografiche. In conseguenza del loro aspetto piacevole, mancano di ogni *punctum*, di ogni intensità semiotica. Non hanno niente che possa toccare o ferire. Costituiscono, al massimo, l'oggetto del *mi piace* / "I like" (Han, 2012, p. 48).

Leggendo questa citazione tratta da *La società della trasparenza* di Byung-Chul Han (2012) si evince con nettezza quanto il pensiero di Jean Baudrillard sia ancora oggi un riferimento fondamentale per le discipline umanistiche e sociali. Trasparenza, oscenità, pornografia, simulazione – concetti "classici" nella produzione intellettuale del filosofo francese – costellano il saggio di Han ponendosi come i pilastri su cui quest'ultimo costruisce la propria interpretazione della contemporaneità. Ciò è oltremodo evidente nel brano appena citato: la trasparenza, ponendosi come principio generale, priva le immagini della loro tradizionale componente di segreto, al fine di garantire l'operatività di un sistema che deve in-formare i soggetti dentro modelli di comportamento standardizzati (*I like*). È interessante notare come l'immagine mediale sia l'elemento che alimenta il procedimento

---

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

\*\* Email: federico.tarquini@uniroma1.it

descritto da Han. La trasparenza può farsi principio solo se riesce a svuotare le immagini mediali di ogni residuo singolare, se perviene a trasformarle in immagini “senza segreto”, pornografiche, perfettamente coerenti e funzionali al regime di simulazione che, seguendo la vulgata baudrillardiana, avviluppa tutto il reale sino a esaurirlo.

Il saggio di Han sulla trasparenza ha il merito di porre, seppur in maniera controversa, una rilevante connessione teorica tra il concetto baudrillardiano di trasparenza e quello simmeliano di segreto. Concetto, quest’ultimo, che, come si cercherà di spiegare, ha un valore fondativo per il pensiero mediologico. Il presente contributo intende comparare due teorie così rilevanti, e per certi versi così lontane sul tema del segreto e della trasparenza, per diverse ragioni. In primo luogo, la connessione indicata evidenzia nelle due prospettive teoriche elementi di similarità e altri di distinzione. Comparare il pensiero di Simmel e di Baudrillard sui temi indicati, oltre a incedere su una direttrice poco percorsa in letteratura, significa cercare di ricostruire una tappa fondamentale nell’elaborazione novecentesca delle teorie riguardanti il “medium”. La convergenza e la divergenza che segnano la trattazione del segreto e della trasparenza in Simmel e Baudrillard, sembrano dunque costituire un discorso esaustivo sul significato dei media nei processi culturali e comunicativi, ancora oggi di notevole pertinenza. In secondo luogo, e in virtù di quanto appena sostenuto, la descrizione delle due prospettive riferite agli autori citati sembra poter delineare un approccio teorico capace di misurarsi con le questioni sollevate oggi dai media digitali.

## Figure della trasparenza: Beaubourg e Loft Story

Scorrendo la notevole produzione intellettuale di Baudrillard colpisce quanto in essa sia rintracciabile un elemento intensivo e al tempo stesso uno estensivo. L’intensità del modello, del codice, della simulazione, secondo l’autore estende l’effetto di trasparenza sulla realtà intera *per mezzo* dei media e dei suoi contenuti, tra cui primariamente l’immagine. Baudrillard procede dunque dall’elemento intensivo all’effetto estensivo, verificando ogni volta l’intensità del proprio presupposto teorico negli oggetti indagati nel corso dei suoi studi. Il suo non è semplicemente un metodo, è una logica che emerge in ogni elemento concreto preso in esame. Così, per descrivere e spiegare la morsa della trasparenza che ormai stringe le nostre vite, Baudrillard fa ricorso all’intensità e alla potenza di due figure emblematiche: Beaubourg, e il reality show *Loft story*, il grande fratello francese. In questo contributo si cercherà di ricostruire l’evoluzione del concetto di trasparenza in questi due motivi dell’opera baudrillardiana, al fine di cogliere la più generale impostazione teorica dell’autore rispetto ai processi mediali tipici della seconda metà del novecento.

## ***L'effet Beaubourg. Dissuasione culturale e trasparenza radicale***

Il Beaubourg, il celebre *Centre Pompidou* di Parigi, è certamente tra gli oggetti che maggiormente hanno stimolato la creatività intellettuale del filosofo. Nel saggio dedicato a questo museo Baudrillard condensa molte delle intuizioni teoriche che sino al 1977 avevano caratterizzato la sua opera. Nelle poche pagine che compongono *L'effet Beaubourg* (1977), opera di rara intelligenza e originalità, l'autore utilizza il museo – la sua qualità estetica, i suoi contenuti artistici e le forme di fruizione suggerite ai visitatori dalla sistemazione architettonica degli interni – per verificare gli “effetti” che l'affermazione del regime simulacrale di terzo ordine ha inferto sulla società del suo tempo.

Ai fini della riflessione proposta in questo contributo, *L'effet Beaubourg* ha una valenza duplice: chiarifica in termini oggettivi cosa Baudrillard intenda per trasparenza integrale, presenta al lettore un nucleo di fenomeni che alcuni anni dopo si realizzeranno compiutamente nel *reality show* e negli usi dei dispositivi digitali mobili.

Con la sua tipica ironia, Baudrillard osserva come Beaubourg pur essendo un centro culturale – anzi, forse proprio in virtù del suo essere centro attrattivo, magnetico – determini un inedito processo di “implosione” e “dissuasione” culturale. Ciò che implode dentro l'edificio progettato da Renzo Piano e Richard Rogers è proprio il substrato di segreto che ammantava il significato delle precedenti culture. Segreto che veniva alimentato e rigenerato nella dimensione simbolica del sacro e nelle pratiche culturali (riti, cerimonie, iniziazioni) ora semplicemente simulate nel museo parigino. Al contrario, la cultura dentro Beaubourg implode perché:

l'ideologia stessa di «produzione culturale», come anche quella di visibilità e di spazio polivalente è antitetica rispetto a ogni cultura; la cultura è un luogo di segreto, seduzione, iniziazione, di uno scambio simbolico ristretto e fortemente ritualistico. Nessuno può farci niente. Tanto peggio per le masse, tanto peggio per Beaubourg. (Baudrillard, 1977, p. 31)

Per l'autore, il significato di Beaubourg si compie proprio nel suo essere lo snodo tra le ultime utopie della società industriale – l'ideologia della produzione culturale è in tal senso esemplare – e l'effetto terminale che l'affermazione dei simulacri di terzo tipo infliggono sul mondo. Il museo ne è l'apparato, il dispositivo operante. Lì si compie:

un immenso lavoro di trasmutazione di questa famosa cultura tradizionale del senso, nell'ordine aleatorio dei segni, in un ordine di simulacri (il terzo) del tutto omogeneo a quello dei flussi e dei tubi di facciata. E le masse sono invitate qui proprio per essere innalzate a questo nuovo ordine demiurgico – mentre il pretesto è quello di acculturarle al senso e alla profondità. (p.33)

Baubourg permette questo rito funebre, della cultura, della politica, del sociale, per mezzo di se stesso e della sua fruizione come spazio e come oggetto di consumo. “Tanto peggio per le masse” sentenza Baudrillard, e infatti nella mente dell'autore sono proprio queste ultime a infliggere il colpo mortale a qualsiasi speranza di riesumazione della precedente cultura del senso. Baudrillard non ha dubbi:

Bisogna partire da questo assioma; Beaubourg è un *monumento di dissuasione culturale*. Dietro uno scenario da museo, che serve solo a salvare la finzione umanistica della cultura, vi si compie, in realtà, un vero e proprio lavoro di morte della cultura; le masse sono gioiosamente invitate a un vero e proprio *lavoro di lutto culturale*. Ed esse vi si riversano. Questa è l'ironia suprema di Beaubourg: le masse vi si riversano non perché spasimino per questa cultura dalla quale sarebbero state frustrate per secoli, ma perché hanno, per la prima volta l'occasione di partecipare massicciamente all'immenso lavoro di lutto di una cultura che esse, in fondo, hanno sempre detestato. (p.33)

Questo fatto particolare, come sempre accade nel pensiero di Baudrillard, si connette allo snodo generale – epocale per molti versi – rappresentato dall'affermazione della simulazione come *modus operandi* degli eventi mondani. Le modificazioni nate nell'ambito della produzione (1976), rompendo lo storico legame che univa i segni ai loro significati referenti, si condensano in Beaubourg, trovando la loro massima espressione nella modalità in cui le masse vivono l'esperienza del museo. L'effetto di trasparenza integrale si palesa, secondo Baudrillard, nella fruizione dello spazio espositivo. Qui le masse entrano in contatto con l'esaltazione espositiva dell'insensatezza di ogni differenza. Culture apparentemente antitetiche, come quelle del consumo e quelle dell'arte, si sovrappongono annullando qualsiasi differenza. Un simulacro di pratica culturale che, paradossalmente, funziona solo se si annulla ogni possibilità di approfondimento culturale. Coerentemente alle leggi della trasparenza integrale delineate da Baudrillard, l'effetto Beaubourg è dunque l'inversione dell'iter formativo "classico". La dissuasione culturale si realizza nell'immediato svelamento di ogni segreto sul piano livellato, senza asperità, della trasparenza. Un effetto che pone tutto in superficie, che ha come ideologia la visibilità totale e che, di conseguenza, liquida la tradizionale lentezza della formazione culturale, fatta di riti, passaggi iniziatici e cerimonie. Quanto detto avviene sin dall'esperienza, ancora solamente estetica, della contemplazione della facciata del museo:

Fortunatamente, tutto questo simulacro di valori culturali viene demolito in anticipo dall'architettura esterna. Essa, infatti, con il suo intreccio di tubi e il suo aspetto di sede di mostre o di fiere universali, con la sua fragilità (calcolata?), che dissuade da ogni mentalità o monumentalità tradizionale, proclama apertamente che il nostro tempo non sarà mai più quello della durata, che la nostra sola temporalità è quella del ciclo accelerato e del riciclaggio, quella del circuito e del transito di fluidi. La nostra sola cultura, in fondo, è quella degli idrocarburi, quella delle raffinerie, del *cracking*, della rottura di molecole culturali e del loro ricombinarsi in prodotti di sintesi. Questo, Beaubourg-Museo vuole nascondere, ma Beaubourg-carcassa lo proclama. Ed è ciò che produce, in effetti, la bellezza della carcassa e il fallimento degli spazi interni. (pp. 30-31)

Come spesso accade nei testi baudrillardiani, celate dal tenore totalizzante del loro impianto teorico generale, talvolta eccessivamente omnicomprensivo, risiedono alcune geniali intuizioni sullo sviluppo dei media e sulle pratiche a essi connesse. Nella lettura del saggio in questione emerge chiaramente quanto Baudrillard interpreti Beaubourg come un medium. Intendere l'"effetto" Beaubourg come un'operazione di *dissuasione culturale* significa per Baudrillard descrivere il rapporto singolare che si sviluppa tra le masse e la particolare struttura – ideologica, semiotica, estetica, architettonica – del *Centre*

*Pompidou*. Qui il filosofo, pur collocando ogni fenomeno osservato entro la sua nota interpretazione del passaggio dal reale alla simulazione, nota e descrive una specifica “modalità” di fruizione del medium museo, che da qui in poi connoterà con sempre maggiore intensità l’esperienza mediale delle masse. “Circolando nello spazio della trasparenza, essa [la massa] viene convertita in flusso” (p.34). In un contesto generale di trasparenza radicale la massa diviene flusso. L’esperienza del pubblico è perciò un transito, una presa visione dell’efficacia del macchinario architettonico, mai un soggiornare, mai un accumulo. L’esperienza di Beaubourg può solo essere un *Erlebnis* e mai un *Erfahrung*<sup>1</sup>, per questo né l’approfondimento, né l’accumulazione culturale possono realizzarsi al suo interno. Ciò, agli occhi di Baudrillard, smentisce e sovverte la tradizionale funzione del museo: “qui gli oggetti culturali, come altrove gli oggetti di consumo, non hanno altro fine se non quello di mantenervi in uno stato di massa integrata, di flusso transitorizzato, di molecola calamitata” (p.36).

Beaubourg, con i suoi contenuti artistici e commerciali, imponendo alla massa la forma del flusso, risponde al principio della simulazione, che Baudrillard ha più volte descritto nel corso della sua produzione intellettuale (1976, 1981). Questo perché, sviluppandosi come flusso transitorio e avendo come fine la mera riproduzione di se stessa, la massa può solamente simulare il sociale. Il flusso dei visitatori del museo è simulazione e non rappresentazione giacché, per Baudrillard, il loro transito non allude a nessun significato, a nessun referente sociale, politico e culturale, è semplice esposizione della cosa in sé. In tal senso è esemplare l’effetto d’imitazione creato dalla visione della coda all’ingresso del museo, che il filosofo descrive in questi termini:

Le masse saranno tentate di affluire proprio vedendo la massa all’interno. Metodo tipico del *marketing*: tutta l’ideologia della trasparenza trova qui il suo significato. (...) Beaubourg è così, per la prima volta, a livello della cultura quel che è l’ipermercato al livello della merce: *l’operatore circolare perfetto*, la dimostrazione di qualsiasi cosa (la merce, la cultura, la folla, l’aria compressa) *attraverso la sua circolazione accelerata*. (p.37).

La massa si struttura come un flusso per vivere pienamente l’accelerazione del tempo – altro effetto tipicamente mediologico – che il museo favorisce con la sua struttura. Questa equivalenza tra la forma del museo e il flusso umano dei visitatori è particolarmente significativa se si considerano alcuni fondamentali studi sulla televisione, tra cui ovviamente il noto *Televisione e forma culturale* di Raymond Williams (1974). Su questa base è possibile considerare, anche oltre l’effettiva volontà dell’autore, il saggio su Beaubourg come una rilevante anticipazione dei processi culturali e comunicativi tipici della neotelevisione (Eco, 1985). L’ideologia della trasparenza che per Baudrillard informa il *Centre Pompidou*, poggiandosi sul processo di accelerazione del tempo, favorisce una modalità esperienziale dello spazio museale del tutto simile a quella della televisione che negli stessi anni rispondeva ai medesimi fenomeni di accelerazione con la moltiplicazione dei canali, la polimorfia degli immaginari e il pluralismo culturale dei contenuti. Una televisione che, al pari di Beaubourg, si faceva territorio di sintesi di tutte le variabili culturali, politiche, sociali e antropologiche di quella stagione.

Con lo stesso acume, Baudrillard intercetta un'altra modalità di fruizione dello spazio museale, ora anticipatoria delle forme comunicative tipiche delle culture digitali. Osservando le persone nel museo egli notava che:

La gente ha voglia di prendere tutto, di azzannare tutto, di abbuffarsi di tutto, di manipolare *tutto*. Vedere, decifrare, imparare non la emoziona. La sola emozione massiccia (di massa) è quella della manipolazione. (Baudrillard 1977, p. 39)

Leggere oggi queste righe induce fatalmente a intendere una chiara connessione con le modalità comunicative dei dispositivi digitali, specialmente quelli mobili. L'istanza delle masse di partecipare ad un evento attraverso la manipolazione di ciò che si fruisce sembra alludere alla enorme mole di contenuti creati dagli utenti della rete, e alle pratiche di *cultural jamming*, *remix* e *mashup* largamente analizzate dagli *internet studies* (Flichy, 2010; Jenkins, 2006; Lessing, 2008). Tuttavia, così come osservato per il concetto di flusso, questa irresistibile smania di toccare e manipolare espressa dai comportamenti dei visitatori di Beaubourg è per Baudrillard determinata dalla struttura mediale del museo stesso, e ovviamente dall'ideologia che lo pervade. Le masse finalmente possono toccare con mano, verificare, l'insensatezza dei codici culturali presenti nel museo, facendosi esse stesse protagoniste dell'*effetto* di dissuasione culturale promosso da Beaubourg. Possono, secondo il filosofo, appurare di persona che gli oggetti fruiti al *Pompidou* non celano alcun segreto, essendo il prodotto di un mondo in cui *il valore referenziale è annullato dal solo gioco strutturale del valore* (Baudrillard, 1976). Così l'irrefrenabile desiderio di manipolare i contenuti fruiti dalle masse è per Baudrillard l'effetto concreto della dissuasione culturale praticata al Beaubourg, giacché questa modalità esperienziale non ha alcun obiettivo culturale, nessun significato oltre la sua mera esecuzione.

### ***Loft Story. Il reality show come simulazione del sociale***

Baudrillard coglie in Beaubourg la fine della funzione etica della cultura e il trionfo di quella estetica. Secondo il filosofo il compito definitivo del museo risiede nell'enfatizzazione di ciò che viene posto in uno stato superficiale di estrema visibilità, di trasparenza radicale. Con ciò Baudrillard, pur arrischiandosi in conclusioni spesso eccessivamente *tranchant* sulla morte della funzione culturale dello spazio pubblico, coglie una condizione esperienziale del visitatore del museo apparentemente simile a quella dell'esperienza televisiva. L'imperativo di portare tutti i significati in superficie, la modalità organizzativa degli spazi interni del museo che favorisce una fruizione a "flusso" dei visitatori, così come le loro pratiche di manipolazione e consumo dei contenuti disponibili nel muso, disegnano un quadro esperienziale del tutto simile a quello dei pubblici televisivi. In questo senso, il saggio su Beaubourg nell'opera baudrillardiana si pone come perfetto presupposto teorico per le analisi sulla televisione che il filosofo francese realizzerà nel proseguo dei suoi lavori (1995). Analisi che, come si vedrà, mirano a rimarcare l'elevazione a potenza dell'effetto di trasparenza causata dal medium televisivo. In tal senso l'analisi di *Loft Story* è paradigmatica. In essa Baudrillard nota che:

Il Loft è diventato un parco universale, un condensato del parco umano dell'attrazione, del ghetto, dell'uscio chiuso e dell'Angelo Sterminatore. La reclusione volontaria come laboratorio di una convivialità di sintesi, di una socialità telegenicamente modificata. È qui, quando tutto è dato a vedere (come nel "Grande Fratello", i *reality show*, ecc.) che si percepisce che non c'è più niente da vedere. È lo specchio della piattezza, del grado zero, dove è fornita la prova, contrariamente a tutti gli obiettivi, della sparizione dell'altro, e forse anche del fatto che l'essere umano non è fondamentalmente un essere sociale. L'equivalente di un "ready made" – trasposizione tale e quale dell' "everyday life", essa stessa già truccata da tutti i modelli dominanti (Baudrillard 2006, p.33).

La linea di continuità tra Beaubourg e *Loft Story* è chiarita da questo brano. Così come le masse si riversano al *Pompidou* attratte dalla visione di altre masse che stazionano al suo ingresso, e dalla capacità del museo di esporre sulla propria superficie trasparente tutti i suoi contenuti, i pubblici televisivi sono, per Baudrillard, attratti da "l'esibizionismo delirante della propria nullità" (p. 35) teletrasmesso da *Loft Story*. Lo spettacolo del grande fratello è, in qualche maniera, l'esaltazione televisiva dell'implosione culturale sperimentata a Beaubourg, ovvero della mera contemplazione della banale socialità dei partecipanti al reality show. Una socialità senza scopi, costantemente esposta all'occhio del telespettatore, che Baudrillard interpreta come una semplice simulazione del sociale. Questo tipo di esperienza è, ancora una volta, un esercizio di verifica del vuoto di significati che ammantava l'immagine televisiva. Il potenziamento "dell'effetto" Beaubourg risiede dunque nella capacità dell'immagine televisiva di farsi veicolo pervasivo su scala mondiale del principio di trasparenza radicale insito in *Loft Story*. Principio che, come osserva Baudrillard, irradia tutto il reale finendo per superare l'imperativo "panottico" che aveva caratterizzato la modernità. Con *Loft Story* si passa dal principio della visibilità a quello della trasparenza, dall'osservazione dell'altro a quella di se stessi riflessa nella trasparenza dell'immagine televisiva. Lo schermo televisivo non come specchio che duplica, ma come proliferazione d'immagini equivalenti all'individuo che lo contempla. Di conseguenza, il rapporto che s'instaura tra il soggetto e l'immagine mediale è per Baudrillard una relazione promiscua. Per il filosofo:

Non si tratta più di salvaguardare un territorio simbolico, quanto di chiudersi con la propria immagine, di vivere in promiscuità con essa come in una nicchia, in complicità incestuosa con essa, con tutti gli effetti di trasparenza e di ritorno-immagine che sono quelli dello schermo totale, e non avendo più con gli altri che rapporti da immagine a immagine. (pp. 46-47)

Vivere in promiscuità con l'immagine significa dunque erodere il limite, la differenza, che sino alla televisione separava l'uomo dalle forme di rappresentazione. Ora la banalità del soggetto e del suo quotidiano *equivalgono* alla banale socializzazione che il Loft teletrasmette su tutti gli schermi. In questa maniera, per Baudrillard, potenzialmente è tutto il sociale a rinchiudersi nella "casa". Così:

Il campo della banalità non è più solamente residuale, è diventato un teatro di operazioni. Portata sullo schermo, come in *Loft Story*, essa diventa un oggetto sperimentale di divertimento e di desiderio. Verifica di ciò che McLuhan diceva della televisione: che essa è un test continuo e che vi

siamo sottomessi come delle cavie, in un'interazione mentale automatica. Ma il Loft Story non è che un dettaglio. È tutta la "realtà" che è passata con armi e bagagli dall'altro lato, come nel film *Truman show*, dove non solo l'eroe è telemorfizzato, ma anche tutti gli altri – complici e prigionieri in piena luce della stessa frode. Ci fu un tempo – in un film come "La rosa purpurea del Cairo" – dove i personaggi uscivano dallo schermo e scendevano nella vita reale per incarnarsi – capovolgimento poetico di situazione. Oggi è piuttosto la realtà che trasfonde massicciamente nello schermo per disincarnarsi. Niente li divide più. L'osmosi, la telemorfosi è totale (p. 54).

Il punto di arrivo della riflessione baudrillardiana sugli "effetti" del principio di trasparenza risiede dunque in ciò che l'autore definisce come processo di *Telemorfosi*. Le istanze del medium si estendono sul singolo modellandolo, imponendogli dunque una forma e un principio. La trasparenza radicale attraverso la televisione prende in ostaggio tutto il reale istaurando un regime di "commutabilità" generalizzata in cui tutti i segni vagano senza mai trovare una propria designazione definitiva. Al soggetto non resta altro che contemplare se stesso nell'immagine televisiva, essendo per lui ormai impossibile attivare quell'oscillazione tra il mostrarsi e il celarsi illustrata da Simmel nel suo celebre saggio sul "segreto". Saggio che verrà analizzato nel prossimo paragrafo al fine di delineare un piano teorico di comparazione con quanto osservato sin ora.

## **Il "segreto" di Georg Simmel. La centralità delle rappresentazioni nei processi relazionali**

Differentemente dall'intendimento di Han, che ne *La società della trasparenza* evoca Simmel come "memoria" di un tempo ormai concluso, il saggio sul segreto del filosofo tedesco può essere inteso come una formidabile chiave di lettura per comprendere il presente. In esso Simmel descrive, coerentemente con il concetto di "sociazione", pilastro della sua *Soziologie* (1908b), l'oscillazione tra il mostrarsi e il celarsi della persona allo sguardo altrui come uno dei principi operativi delle forme di relazione della società metropolitana. Operatività che si realizza, secondo il filosofo, grazie alla capacità dell'individuo di servirsi del segreto e della sua funzione nell'interazione sociale. La trattazione di questa specifica categoria, e dei suoi "effetti" sui processi sociali, s'inserisce nel novero dei fondamentali studi sulla metropoli, sulla moda e sul denaro, che il filosofo berlinese formalizza tra la fine del diciannovesimo e l'alba del ventesimo secolo (1900, 1903, 1911). Al pari di questi argomenti, il segreto viene descritto da Simmel come un elemento capace di elevare le relazioni sociali a un grado di maggiore complessità, e come una caratteristica generale che contribuisce alla costruzione della forma associativa. In tal senso:

La molteplice negatività etica del segreto non deve ingannare, in quanto il segreto è una forma sociologica generale che si pone in modo del tutto neutrale al di sopra dei significati di valore dei suoi contenuti. (Simmel, 1908, p 49)

Il segreto o il mentire, come l'antipatia nel soggetto *blasé*, non sono dunque un'involuzione delle capacità di socializzazione della persona causate dai "flussi" della metropoli, bensì degli atteggiamenti che caratterizzano la relazione nelle società complesse. Il grande contributo sociologico di Simmel risiede proprio in questa interpretazione "comprensiva" dei fenomeni storici, sempre bivalenti, sempre segnati da quel principio di *reciprocità* che l'autore tedesco indica come la forma basilare di tutti gli eventi emersi a seguito delle nuove condizioni di vita tipiche della metropoli (1903). Così il segreto, al pari del denaro e della moda, è un elemento che unisce e che divide, che orienta la ritmica del "celarsi e del mostrarsi". Come detto, quest'ultima polarizzazione è, secondo Simmel, l'orizzonte entro cui ragionare sulle modalità di socializzazione dei tempi moderni. È però necessario tenere conto di una fondamentale caratteristica:

All'interno delle sfere obiettive vi è un certo spazio per verità ed errore entro cui ambedue possono acquisire un elemento caratteristico che altrimenti non può manifestarsi in alcun luogo: l'intimo della persona che ci sta di fronte che può spontaneamente rivelarci la verità su di sé o ingannarci con menzogne e sotterfugi. Nessun altro oggetto può spontaneamente rivelarsi o nascondersi a noi alla stessa stregua dell'essere umano poiché nessun altro oggetto modifica il proprio comportamento in relazione al fatto di venir conosciuto. (Simmel, 1908, p. 20)

Le condizioni di vita della metropoli favoriscono la modalità relazionale descritta da Simmel, al cui interno segreto ed intimità qualificano il "tipo" di contattato che la persona desidera realizzare. La disposizione del soggetto a concedere parti della propria intimità, fenomeno non certo esaurito nel panorama contemporaneo (Greco 2014), è quindi sorretta dalla vocazione di quest'ultimo a intessere relazioni. Anche laddove sia in atto un meccanismo di coercizione allo svelamento del segreto individuale, Simmel osserva con grande raffinatezza intellettuale che la persona può comunque difendersi attraverso il mentire. La menzogna, in ambienti complessi come la metropoli, facilita e non distrugge le relazioni, di conseguenza può essere considerata un agente "positivo" per i rapporti, giacché ne facilita l'avverarsi. Con ciò Simmel intende descrivere il meccanismo di retroazione che il segreto e le bugie esercitano sulle modalità relazionali, ponendo le condizioni per un estremo allargamento delle capacità di socializzazione del singolo. Ne deriva che per il filosofo berlinese lo "spazio di azione" del soggetto non sia totalmente fagocitato dal piano oggettivo del reale, e che l'individuo possa comunque esercitare una funzione cosciente e attiva nei processi sociali, decidendo cosa e quanto svelare di se stesso al prossimo. La quantità d'intimità mostrata indicherà dunque il tipo di qualità che una data relazione significa per la persona.

Con questa raffinata indagine del segreto, Simmel descrive una modalità esperienziale che, osservata a più di un secolo dalla sua realizzazione, sembra poter essere fondamentale per lo studio dei media moderni. Ragionando sul segreto Simmel afferma che:

Questo non va assolutamente inteso nel senso di una falsificazione. È invece del tutto legittimo che l'immagine teorica di un certo individuo sia differente a seconda del punto di vista di chi tale immagine si forma, essendo frutto della relazione globale tra colui che conosce e colui che viene

conosciuto. Dato che non possiamo mai conoscere del tutto un altro (vorrebbe dire conoscere ogni suo singolo pensiero e stato d'animo), dato che però ci creiamo una nostra *immagine* globale personale attraverso *frammenti di conoscenza*, i soli attraverso cui egli ci è accessibile, tale immagine dipende quindi da quella parte che l'opinione che abbiamo di lui ci consente di vedere. (pp. 16-17)

In questo brano emerge con nettezza la differenza, che verrà analizzata più diffusamente nel prossimo paragrafo, tra la prospettiva teorica simmeliana sul segreto e la teoria della trasparenza radicale di Baudrillard. In Simmel la conoscenza dell'altro avviene attraverso un'*immagine* di quest'ultimo che il soggetto crea nella propria mente tramite *frammenti di conoscenza*. Tale forma conoscitiva s'inserisce, come detto, nell'oscillamento tra il mostrarsi e il celarsi con il risultato di enfatizzare l'immagine, uno specifico elemento che, da qui in poi, diverrà centrale in qualsiasi esperienza mediale. I frammenti di conoscenza del mondo che ci circonda, più o meno collocati nella dimensione espansa e multiforme dell'immaginario collettivo, entrano in dialogo in maniera qualificante con l'immagine dell'altro. Quest'ultima si crea in noi in base al compromesso tra i nostri gusti, la nostra soggettività, gli immaginari in cui ci proiettiamo e lo sforzo dell'altro di "apparire" in un certo modo. L'azione del segreto, com'è comprensibile, è tutta nel processo di rappresentazione di quest'apparenza che ogni giorno esercitiamo per creare nel mondo che ci circonda un'immagine di noi stessi il più possibile aderente ai nostri desideri e obiettivi. È chiaro che la connessione con i media di una così specifica indagine sociologica sia rintracciabile in due questioni: gli immaginari a cui ci rifacciamo per costruire l'immagine dell'altro si sono definitivamente collocati negli ultimi secoli nei territori mediali (Abruzzese, Borrelli, 2000); l'immagine che desideriamo costruire di noi stessi si forma grazie a un ventaglio di media – abbigliamento, romanzo, fotografia, televisione, social media, social network – che esercitano su questa operazione un'influenza *conformante* (McLuhan, 1964; Manovich 2016).

Simmel comprende questi fenomeni con incredibile anticipo dedicando nel suo saggio due *excursus* a questioni fondamentalmente mediologiche. Proseguendo sulla sua interpretazione relazionale del segreto, il filosofo dedica le ultime due parti del saggio in questione "all'ornamento" e ai "rapporti epistolari". Con ciò Simmel intende dimostrare quanto i due oggetti concreti presi in esame, il primo apparentemente simbolo del massimo grado di esposizione di se stessi e il secondo della massima espressione della comunicazione intima, possano essere intesi anche nel senso opposto alla loro comune interpretazione. L'ornamento, così lo intende Simmel, risponde a spinte contrastanti tra l'appagamento dello sguardo altrui, per mezzo di modelli estetici collettivamente accettati, e il piacere intimo di godere di se stessi. Esso rappresenta un punto di negoziazione tra esteriorità e interiorità che da forma all'immagine di sé, dimostrando quanto anche un'azione apparentemente banale come l'onrarsi sia il luogo di una complessa costellazione di forze che agiscono e vengono agite dal singolo. Ancor più significativo è l'*excursus* sui rapporti epistolari. Qui Simmel s'interroga sui processi sociali innescati dalla corrispondenza postale, con un'attenzione alle caratteristiche del medium della scrittura eguale solo agli studi compiuti decenni dopo dalla Scuola di Toronto (McLuhan 1962; Ong

1982). In particolare egli illustra due fenomeni rilevanti per gli studi mediologici. In primo luogo:

la scrittura ha una natura contraria a qualsiasi segretezza. Prima dell'uso generalizzato della scrittura, ogni transazione giuridica, per quanto semplice, andava conclusa di fronte a testimoni. La forma scritta sostituisce tale necessità nella misura in cui sottintende una «pubblicità» in realtà soltanto potenziale, ma proprio per questo illimitata. (p.83)

Le caratteristiche del medium svolgono per Simmel una funzione conformante nell'avverarsi dei fenomeni sociali. Quasi con piglio McLuhaniano, il filosofo tedesco osserva come la potenziale pubblicità della scrittura determini una forma mentale, percettiva, che si fa *modus operandi* nella società. La scrittura modifica le “forme dell'esperienza e del punto di vista mentale” (McLuhan 1964, p. 22), definendo sulle proprie caratteristiche il piano di obiettività e verità a cui i soggetti si riferiscono nel loro vissuto quotidiano.

Nella società raccontata da Simmel la forma scritta è il massimo grado dell'oggettività. Ciò potrebbe apparentemente impedire la funzione socializzante del segreto descritta dal filosofo, giacché “lo scritto possiede un'esistenza obiettiva che rinuncia a qualsiasi garanzia di vita segreta” (p. 84). In realtà Simmel nota con assoluta genialità che nei rapporti epistolari: “all'eliminazione oggettiva di qualsiasi garanzia del segreto, [si] colleghi proprio l'aumento soggettivo di tale sicurezza” (p.84). In qualche modo, la potenziale pubblicità della scrittura rende la rilevazione dei segreti contenuti nelle lettere qualche cosa di socialmente disdicevole. Ciò rappresenta, secondo il filosofo, un chiaro esempio di retroazione del comportamento umano sul piano oggettivo che ne era stato la causa. Questa evidenza porta Simmel a considerare il rapporto epistolare come un fenomeno sociologico di prima importanza. Per il filosofo:

La forma della manifestazione epistolare rappresenta un'oggettivizzazione del suo contenuto, che, da un lato, viene a essere messo in relazione con la destinazione a un singolo individuo, e, dall'altro lato, col suo correlato: la personalità e soggettività con cui si presenta chi scrive una lettera. (pp. 84-85)

La scrittura oggettivizza oltre alla relazione sociale anche il suo stesso contenuto. L'individuo traducendo pensieri e stati d'animo temporanei nella forma duratura, e potenzialmente pubblica, della scrittura esplicita quel conflitto tra “cultura oggettiva” e “cultura soggettiva” che Simmel considera come presupposto delle forme esperienziali moderne (1900). In questo senso, pur osservando come nel piano oggettivo sia presente una maggiore “quantità di spirito”, Simmel delinea un rapporto tra medium e soggetto che non sembra indirizzarsi verso le tesi baudrillardiane sulla trasparenza integrale, bensì verso un rapporto di vicendevole influenza tra media e soggetti in cui la rappresentazione ha ancora una funzione centrale. Di conseguenza il segreto transita da un polo all'altro, emergendo sia nelle caratteristiche del medium – nella scrittura, come si è notato, in senso negativo – sia nelle pratiche dei soggetti, che ogni volta riescono a far riemergere la

funzione socializzante del segreto attraverso la propria capacità di adattamento alle caratteristiche dei media.

## Pensare il medium. Simulazione vs. rappresentazione

Sarebbe interessante vedere ciò che sarà in futuro di un essere senza struttura sociale profonda, senza sistema ordinato di relazioni e di valori – nella pura *contiguità e promiscuità delle reti*, in pilotaggio automatico e all'interno di un coma superato in qualche modo – contravvenendo così a tutti i presupposti dell'antropologia. (Baudrillard, 2006, p. 47)

Sarebbe ancor più interessante, si potrebbe aggiungere, ascoltare dallo stesso Baudrillard lo sviluppo di una visione così profetica, come quella racchiusa nel brano appena citato. Le osservazioni sviluppate nei saggi su Beaubourg e su *Loft Story* portano Baudrillard a presagire la funzione fondamentale delle immagini mediali nei processi di simulazione agiti nella *contiguità e promiscuità delle reti*. Le immagini non rappresentano più le strutture sociali profonde delle precedenti culture tradizionali, bensì si pongono come “equivalente” simulativo dei valori propri a quelle stesse culture. Tutto ciò, come afferma Baudrillard, avviene in virtù della messa in trasparenza di tali immagini, e della totale assenza di segreto nel loro contenuto. Su questo punto, come si è cercato di mostrare in questo contributo, la prospettiva teorica di Baudrillard diverge nettamente da quella di Simmel, che del segreto dà tutt'altra interpretazione, soprattutto rispetto alla costruzione mentale dell'immagine dell'altro. In estrema sintesi la differenza tra Baudrillard e Simmel è rintracciabile nella loro divergente concezione dell'immagine e dei suoi effetti, che i due autori descrivono polarizzandosi sulle seguenti coppie concettuali: simulazione contro rappresentazione; commutazione del codice contro relazione; modellamento contro conformazione.

Per Baudrillard, l'iter iniziato con la distruzione del mondo tradizionale tramite la produzione industriale (1968), passando per le fondamentali tappe delineate nei saggi citati in questo articolo, si compirà definitivamente nelle reti. Queste sono il luogo perfetto per il superamento della rappresentazione, per la commutazione di ogni codice e per la capacità di quest'ultimo di modellare ogni soggetto e oggetto del mondo. Le reti, promuovendo il regime di trasparenza radicale, favoriscono l'estensione dell'immagine su ogni oggetto e soggetto del globo, con l'effetto di svuotarle di qualsiasi simbolismo o segreto. Le immagini mediali, sono per Baudrillard, immagini di pura testimonianza, sprossate di qualsiasi originalità. Questo eccesso di visibilità e di documentazione è per Baudrillard il sintomo di una società in cui la rappresentazione non può più esistere. L'immagine si modella sul codice digitale, sempre commutabile nel suo opposto, replicabile all'infinito, finendo così per modellare gli stessi soggetti che letteralmente si fanno immagine. Così:

Farsi immagine è esporre tutta la propria vita quotidiana, tutte le sue disgrazie, tutti i suoi desideri, tutte le sue possibilità. È non mantenere nessun segreto. Parlare, parlare, comunicare instancabilmente. Questa

è la violenza più profonda dell'immagine. È una violenza che va in profondità, all'essere particolare, al suo segreto. (Baudrillard, 2008b, p.40)

Questo brano chiarifica definitivamente la posizione di Baudrillard sulle immagini mediali. Ancora una volta, i motivi della speculazione baudrillardiana, pur nella loro eterogeneità, ritornano puntualmente sull'architrave teorica del pensiero di questo autore: l'impossibilità dei significanti di corrispondere "realmente" a dei significati referenti. Di conseguenza l'azione dei media non può che alterare il piano del reale, gettando il soggetto in un contesto simulato in cui le qualità sociali, culturali e politiche che storicamente hanno caratterizzato le relazioni possono ormai apparire solamente in forma del loro simulacro. Le affermazioni di Baudrillard sulla sparizione del reale operata dai media sembrano dunque porsi come il chiaro presupposto teorico di quanti attualmente criticano l'essenza "falsificata" delle relazioni sociali ai tempi dei media digitali (Morozov, 2011; Turkle, 2011; Vergnani, 2009).

Tale interpretazione dell'immagine mediale si poggia però, come si è osservato altrove (Tarquini, 2017), su una concezione del medium molto particolare, nettamente differente da quella di Simmel. Per Baudrillard il senso dei fenomeni indagati discende sempre dall'azione determinante delle "forme produttive". Il rapporto tra l'oggetto-immagine e il soggetto è totalmente informato dalla qualità del dispositivo che produce l'immagine. L'azione del soggetto, pur rilevata dal filosofo come attiva, si risolve nell'adesione forzata al regime imposto dall'oggetto. L'uomo nell'era del digitale si fa immagine, così come in quella delle esposizioni museali e della televisione si faceva flusso. In Simmel, al contrario, è rintracciabile una differente concezione del medium che si riverbera sul significato che egli riconosce al segreto e all'immagine. Per il filosofo tedesco l'immagine continua a essere oggetto della rappresentazione e veicolo di relazioni, che per mezzo di essa prendono forma. Così:

Nel momento in cui si dichiara di essere conoscenti di una determinata persona, addirittura buoni conoscenti, si definisce molto chiaramente la mancanza di relazioni propriamente intime, cioè che dell'altro si conosce soltanto quello che è all'esterno: o in mero senso sociale-rappresentativo o nel senso che si conosce solo quello che costui ci mostra. (Simmel, 1908, p. 33)

La citazione chiarisce perfettamente il differente approccio simmeliano all'immagine. La costruzione mentale della figura dell'altro è una condizione fondamentale per ogni tipo di relazione, e dipende da quanti segreti è disposto a svelare il nostro interlocutore. Potersi dire conoscenti di un individuo di cui sappiamo pochissimo è dunque una forma di relazione che emerge con la metropoli, grazie alla possibilità di costruire l'immagine dell'altro facendo ricorso all'immaginario collettivo. In qualche modo, questa modalità relazionale sembra continuare a caratterizzare le interazioni anche nell'era dei social network. L'estensione quantitativa del concetto di amicizia, ad esempio dentro una piattaforma come Facebook, risponde tutt'oggi a questa logica. Allo stesso modo, la natura della stragrande maggioranza delle immagini prodotte e distribuite su Instagram assolve la funzione di informare sulle nostre semplici attività quotidiane le reti sociali con cui siamo connessi (Manovich 2016), smentendo così l'idea che la rappresentazione di noi

stessi sia finalizzata alla totale trasparenza del nostro vissuto. In questo senso, è possibile denotare una variabile capacità “tattica” dell’utente di rimodulare le proprie relazioni sulle forme offerte ad esempio dai siti di social network, senza per questo dismettere totalmente il proprio retaggio culturale. D’altro canto, come sostiene Boccia Artieri, i social network sono “dispositivi culturali a base comunicativa che innescano modi di osservazione e produzione di processi identitari degli individui e forme contemporanee di una relazione sfumata fra pubblico e privato” (2009, p. 34)

Dall’impostazione teorica di Simmel discende dunque una concezione dei media, anche quelli digitali, in cui il soggetto si con-forma alla natura del dispositivo di cui fa esperienza. L’attuale pervasività e onnipresenza dell’immagine digitale, pur avendo alcune delle caratteristiche descritte da Baudrillard, sembra dunque non sovvertire le leggi sociologiche descritte da Simmel. In qualche maniera, le nostre “attività” online continuano a essere una rappresentazione parziale di un mondo intimo complesso e non del tutto trasparente.

### Nota biografica

Federico Tarquini è assegnista di ricerca presso il dipartimento Coris di Sapienza Università di Roma. Insegna “Culture digitali e social media” e ha insegnato “Giornalismo digitale” presso il corso di laurea magistrale in Filologia Moderna del dipartimento Disucom dell’Università degli Studi della Tuscia. È stato *chercheur postdoctoral* presso l’*École nationale supérieure des télécommunications* di Parigi (Télécom - ParisTech). Ha svolto attività di ricerca per l’Istituto di Economia dei Media della Fondazione Rosselli. Si occupa di mediologia e di sociologia dell’immaginario. Su questi argomenti ha pubblicato articoli scientifici per riviste italiane e straniere. Ha scritto con Monica Sardelli *Cosa Conta. Pubblici, modelli economici e metriche della televisione contemporanea* (Rubbettino Editore, 2014)

### Bibliografia

- Abruzzese, A. Borrelli, D. (2000). *L’industria culturale. Tracce e immagini di un privilegio*. Roma: Carocci.
- Agamben, G. (1978). *Infanzia e storia. Distruzione dell’esperienza e origine della storia*. Torino: Einaudi.
- Baudrillard, J. (1968). *Le système des objets*. Paris: Éditions Gallimard; trad.it (2004). *Il sistema degli oggetti*. Milano: Bompiani
- Baudrillard, J. (1970). *La société de consommation. Ses mythes, ses structures*, Paris: Denoël, trad. it. (2010). *La società dei consumi*, Bologna: il Mulino.
- Baudrillard, J. (1978). *A l’ombre des majorités silencieuses ou La fin du social*. Fontenay-sous Bois: Imprimerie Quotidienne; trad. it. (1985). *All’ombra delle maggioranze silenziose o la fine del sociale*. Bologna: Cappelli.

- Baudrillard, J. (1976). *L'Echange symbolique et la mort*. Paris: Gallimard; trad. it. (1979). *Lo scambio simbolico e la morte*. Milano: Feltrinelli.
- Baudrillard J. (1979), *De la seduction*, Galilée, Paris; trad. it. *Della Seduzione*, Milano: ES 1985
- Baudrillard, J. (1980). *Simulacri e impostura. Bestie, Beaubourg, apparenze e altri oggetti*. Bologna: Cappelli.
- Baudrillard, J. (1981). *Simulacres et simulation*. Paris: Editions Galilée; trad. ing. (1994). *Simulacra and simulation*. Ann Arbor, Chicago: University of Michigan Press.
- Baudrillard, J. (1990). *La Transparence du Mal: Essai sur les phenomenes extremes*. Paris: Editions Galilée; trad, ingl. (1993). *The Transparency of Evil. Essays on Extreme Phenomena*. London – New York: Verso
- Baudrillard, J. (1995). *Le crime parfait*. Paris: Galilée; tr. it. (1996), *Il delitto perfetto. La televisione ha ucciso la realtà?*, Milano: Raffaello Cortina.
- Baudrillard, J. (2006). *Patafisica e arte del vedere*, Firenze: Giunti Editore.
- Benjamin, W. (1955). *Schriften*. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag; trad. it. (1962) *Angelus Novus*. Torino: Einaudi.
- Benjamin W. (1966), *Das Passagenwerk*, Suhrkamp Verlag, Frankfurt am Main; trad. it.: *Opere Complete, IX. I "passages" di Parigi*, Torino: Einaudi 2000
- Boccia Artieri, G. (2009). SuperNetwork: quando le vite sono connesse. In Mazzoli, L. (A cura di). *Network effect. Quando la rete diventa pop* (pp. 21 - 40). Torino: Codice.
- Byung-Chul, H. (2012). *Transparenzgesellschaft*. Berlin: Matthes & Seitz; trad. it. (2014). *La società della trasparenza*. Milano: Nottetempo.
- Codeluppi, V. (a cura di) (2014). *Jean Baudrillard. Miti fatali*. Milano: FrancoAngeli.
- Codeluppi, V. (2015). *Mi metto in vetrina. Selfie, Facebook, Apple, Hello Kitty, Renzi e altre "vetrinizzazioni"*, Milano: Mimesis.
- Donati, R. (2016). *Critica della trasparenza*. Torino: Rosenberg & Sellier.
- Eco, U. (1985). *Sette anni di desiderio. Cronache 1977-1983*. Milano: Bompiani.
- Flichy, P. (2010). *Le Sacre de l'amateur. Sociologie des passions ordinaires à l'ère numérique*. Paris: Le Seuil; trad. it. (2014). *La società degli amatori: sociologia delle passioni ordinarie nell'era digitale*. Napoli: Liguori.
- Jenkins, H. (2006). *Fans, bloggers, and gamers: exploring participatory culture*. New York: New York University Press; trad. it. (2008). *Fun, blogger e video game. L'emergere delle culture partecipative nell'era digitale*. Milano: Franco Angeli.
- Greco, G. (2014). *Pubbliche intimità. L'affettivo quotidiano nei siti di Social Network*. Milano: Franco Angeli.
- Lessing, L. (2008). *Remix: Making Art and Commerce Thrive in the Hybrid Economy*. London: Penguin Press; trad. it. (2009). *Remix: il futuro del copyright (e delle nuove generazioni)*. Milano: Etas.
- Manovich, L. (2016). *Instagram and Contemporary Image*. [www.manovich.net](http://www.manovich.net)
- McLuhan, M. (1962). *The Gutenberg Galaxy. The Making of Typographic Man*. Toronto: University of Toronto Press; trad. it. (2004). *La galassia Gutenberg. Nascita dell'uomo tipografico*. Roma: Armando.

- McLuhan, M. (1964). *Understanding Media: The Extensions of Man*. New York: McGraw-Hill; trad. it. (2008). *Gli strumenti del comunicare*. Milano: Il Saggiatore.
- Morozov, E. (2011). *L'ingenuità della rete. Il lato oscuro della libertà di internet*. Torino: Codice.
- Simmel, G. (1900). *Philosophie des Gels*, Leipzig: Duncker & Humblot; trad. it. (2003). *Filosofia del denaro*. Torino: Utet.
- Simmel, G. (1903). *Die Großstädte und das Geistesleben*. Dresden: Petermann; trad. it. (1995) *La metropoli e la vita dello spirito*. Roma: Armando.
- Simmel, G. (1908). Das Geheimnis und die geheime Gesellschaft. In *Soziologie. Über die Formen der Vergesellschaftung* (pp. 256 – 303). Berlin: Duncker & Humblot; trad. it. (1992). *Il segreto e la società segreta*. Varese: Tasco, 1992.
- Simmel, G. (1908b). *Soziologie. Über die Formen der Vergesellschaftung*. Berlin: Duncker & Humblot; trad. it. (1989). *Sociologia*. Milano: Edizioni di Comunità.
- Simmel, G. (1911). *Die Mode*, in *Philosophische Kultur: gesammelte Essays*. Leipzig: Klinkhardt; trad. it. (1988). *La moda*. Milano: Mondadori.
- Simmel, G. (1918). *Der Konflikt der modernen Kultur*. Munchen: Duncker & Humblot; trad. it. (1999). *Il conflitto della civiltà moderna*. Milano: SE.
- Tarquini, F. (2017). Trasparenza. In V. Codeluppi, M. Polesana, *Baudrillard ovunque* (pp. 143-153). Roma: Meltemi.
- Turkle, S. (2011). *Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other*. New York: Basic Book; trad. it. (2012). *Insieme ma soli. Perché ci aspettiamo sempre più dalla tecnologia e sempre meno dagli altri*. Torino: Codice.
- Vergnani, P. (2009). Facebook come laboratorio di relazioni. In Borgato, R. Cappelli, F. Ferraresi, M. (A cura di), *Facebook come. Le nuove relazioni virtuali* (pp. 26-36). Milano: Franco Angeli.
- Williams, R., (1974). *Television: Technology and Cultural form*. London: Collins; trad. it. (2000). *Televisione. Tecnologia e forma culturale*. Roma: Editori Riuniti.

## Note

<sup>1</sup> Entrambi i termini si traducono in italiano con la parola “esperienza”, ma il loro significato è diverso. *Erlebnis* si riferisce all’esperienza vissuta, *Erfahrung* all’accumulo di esperienza, tipico delle società tradizionali. Cfr. Jedlowski P., *Il sapere dell’esperienza. Fra l’abitudine e il dubbio*, Carocci, Roma, 1994.

## 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 *lo* 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](mailto: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 trafigge, così come trafigge 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. (1970). *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](http://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

<sup>1</sup> 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).

## “The meta-language of an absent world”. Baudrillard, McLuhan and the media consumption\*

Andrea Lombardinilo\*\*

Gabriele d’Annunzio University, Chieti-Pescara

This essay aims to delve into the reflections upon the media consumption developed by Baudrillard in one of the central paragraphs of *The Consumer Society* (1970), focused on Marshall McLuhan’s theory of media. The purpose is to dwell on those factors that, according to Baudrillard, determined the functional transformation of the mainstream medium into a denotative medium, founded on the construction and diffusion of particular signs and social meanings.

In the aforementioned paragraph, titled “medium is message”, Baudrillard further investigates some insights developed by McLuhan in *Understanding media* (1964). He extends his semiotic approach to the world of media (and in particular to television) and focuses on the new literacy of mainstream culture. His plan is to support the interpretation of social consumption as a communication process.

In particular, Baudrillard dwells on two of McLuhan’s insights, referred to the appearance of the media society. On the one hand, he analyzes the power that media have to alter “deep down and unconsciously” (Baudrillard, 1970, p. 123) the sensitive relationships and the perceptive models of the social actors. On the other he deals with the power of mass media to “neutralize the lived, unique, eventual character of the world and substitute for it a multiple universe of media which, as such, are homogeneous one with another, signifying each other reciprocally and referring back and forth to each other” (Baudrillard, 1970, p. 124).

The replacement of experiences with objects and symbols expresses one of the trademarks of the consumer society that Baudrillard probes starting from the correspondence between the medium and the message pointed out by McLuhan. Baudrillard exploits the topic of the tribalization peculiar to *homo technologicus*, just to understand the symbolic distance between the old manuscript or typographic civilization and the new era of images, shaped by cinema and television.

Baudrillard provides a stimulating interpretation of media as advice able to modify our perceptive faculties. This is one of the most interesting aspects of his analysis of the television consumption, destined to convey the ideology of omnipotence of a system and superimposable symbols. Hence, the interpretation of TV images (applicable to the contemporary digital world too), as a “metalanguage of an absent world” influencing the cultural, value and symbolic dimension, observed by means of the magnifying glass of McLuhan’s telescope.

**Keywords:** media consumption, reproducible society, mainstream as meta-language, automated messages

---

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

\*\* Email: [alombardinilo@unich.it](mailto:alombardinilo@unich.it)

## The medium is the message: Baudrillard and the phenomenology of media consumption

In accordance with Baudrillard's interest for the mainstream language of the late Sixties, this essay deals with his reflections upon the media consumption inspired by McLuhan's mediological analysis soon after the publication of *Understanding Media* (1964). Thus, the study of the "convergence" between Baudrillard and McLuhan is restricted to the years between the publication of *The Consumer Society* (1970) and *Symbolic Exchange and Death* (1976), although there were divergences later.

To the fore is the analysis of McLuhan's aphorism "the medium is the message", whose complex meaning is probed by Baudrillard in his *Consumer Society*:

Here, and in this sense at least, we have to accept as a fundamental feature of the analysis of consumption McLuhan's formula that 'the medium is the message'. This means that the true message the media of TV and radio deliver, the one which is decoded and 'consumed' deep down and unconsciously, is not the manifest content of sounds and images, but the constraining pattern -- linked to the very technical essence of those media -- of the disarticulation of the real into successive and equivalent signs: it is the normal, programmed, miraculous transition from Vietnam to variety, on the basis of a total abstraction of both. (Baudrillard, 1970, p. 123)

This is what Baudrillard points out in the beginning of one of the paragraphs forming chapter I ("Mass-Media Culture") of the third part of his book, devoted to "Mass Media, Sex and Leisure". The aforementioned paragraph has a complete McLuhanian title: "Medium is the message". This means that the French sociologist does not set aside the role played by media and communicative innovations in the advent of the consumer society, engendered by the increase of symbolic and interactional exchanges.

As a matter of fact, the shifts of the experiential practices peculiar to the pre-electric era accelerated the way to complexity, in compliance with the sedimentation of semiotic signals. In this sense, Baudrillard's theory of simulacra can be further explained by exploiting McLuhan's analysis of media complexity at the dawn of the broadcasting civilization. "The challenges of both McLuhan and Baudrillard had, in their respective times, to be reckoned with by academics and self-appointed serious thinkers of all persuasions" (Genosko, 1999, p. 2).

It is possible to note that the so called "Baudrillard Scene" of the Seventies took form in correspondence with the "McLuhan cult" of the same period, in consideration of the outstanding speedup of the communication of the Eighties. "Art critics and artists, critical theorists, social philosophers and bluffers of all stripes and disciplines attempted to come to some terms with the phenomenon of the Baudrillard Scene" (Genosko, 1999, p. 2). The latter stems from the convergence between semiotics, sociology and mediology, according to a research approach as original as it is interdisciplinary.

Furthermore, Baudrillard exploits Walter Benjamin's reflections upon the technical reproducibility of the work of art (Benjamin, 1936), as well as Roland Barthes' semiotics of myth (Barthes, 1957). In order to deepen the communicative implications of consumption,

he focuses on McLuhan's analysis of media changes, so as to understand better the counter effects of the interactional shifts connected to the media fall out.

McLuhan's journey into the Gutenberg Galaxy poses as an authoritative attempt to explain how the perceptive ratios of men change in compliance with the appearance of a new medium. The advent of printed books, together with the invention of perspective, marks the passage from the manuscript age to the typographic era, destined to rule our cultural scene, despite the propagation of the electric *devices*: "Print brought in the taste for exact measurement and repeatability that we now associate with science and mathematics" (McLuhan, 1964, p. 423).

The informative consumption moulded by radio and newspapers change to the extent that electricity and digitalization modify the ratios between the senses and reality. The conception of human environment as a symbolic construction (developed in the Sixties by Berger and Luckmann, 1966) is not so distant from Baudrillard's theory of cultural simulacra. Thus, the connection between simulacra and simulation reveals one of the main features of the media society: the dominion of the signifier upon the signified. The tendency to project shreds of reality into the virtual environment shaped by media attests the power of the new electric devices in reproducing the splinters of experience that mark the daily social act.

The diffusion of television, depicted by McLuhan as the «timid giant» in *Understanding Media* (chapter 31), marks the start of a new way to represent complexity, founded on the new rhetoric of images rather than on the semantic force of words: "The peculiar character of the TV image in its relation to the actor causes such familiar reactions as our not being able to recognize in real life a person whom we see every week on TV" (McLuhan, 1964, p. 423). The peculiarity of mainstream lies in the possibility to overlap images and sounds ceaselessly. To the fore is the construction of a public opinion devoid of geographical and cultural boundaries, used to sharing information on a world wide scale (Morcellini, 2013; Mazzoli, 2012; Castells, 2001).

Thanks to McLuhan's lesson (also founded on the analysis of the poetical and narrative paradigms of the past), Baudrillard knows that contemporary simulacra are built through the psychic representations of media and technological devices, which have the power to modify our perception of reality. Needless to say, mainstream media (likewise digital and mobile tools) have a deep influence on the construction of interactional habits, swamped by the iconic hypertrophy of the connected society (De Kerckhove, 1998).

The dominion of the signifier on the signified conceals the real effects of media dominion, summarized in McLuhan's aphorism "The medium is the message". Baudrillard pays attention to the shaping action carried out by mainstream media, so effective in the process of "disarticulation of the real into successive and equivalent signs". The epistemic framework of the consumer society is influenced by the progressive reification of signs, blurred by the symbolic flood featuring the connected society. In the presence of such perceptive changes, the scholar is but the observer of a shifting world, subjected to the fluctuations of experiential paradigms engendered by communication.

As a consequence, the ceremonial practices of the ancient societies suffer a substantial desacralization, engendered by the new processes of symbolization featuring the global village of information:

but the fact that ceremonial communion is no longer achieved by way of bread and wine, which can be seen as flesh and blood, but through the mass media (which are not just the messages, but the whole broadcasting set-up, the network, the station, the receivers and, of course, the programme-makers and the public). In other words, *communion is no longer achieved through a symbolic medium, but through a technical one*: this is what makes it communication (Baudrillard, 1970, p. 104).

In this sense, the perfect correspondence between the medium and the message allows Baudrillard to link his theory of simulacra to the iconic standardization of the mainstream era. Furthermore, his reflections make clear McLuhan's thought in a semiotic way, specifically in confirmation of the different scientific approaches applicable to media studies. Baudrillard's purpose is to clear up the semiotic ordeal strengthened not only by media representations, but also by the supremacy of objects on the expressions and feelings. This fact has to do with the concept of hyper-reality: "Baudrillard introduces the term *hyperreal* for the resultant transformation of the ontological of the object" (Gane, 2000, p. 19).

Nevertheless, the hyper-reality built by media risks plunging the social actors into an indeterminate dimension of life, in which simulacra and simulations seem to interlace unendingly. Therefore, McLuhan's dichotomy between cold and hot media provides an interpretative key suitable to understand why the contents often conceal the real nature of media. This helps us reading both Baudrillard's books, *The Consumer Society* (1970) and the *Symbolic Exchange and Death* (1976). As Genosko points out, "the writings of Baudrillard represent, then, a vector for the transmission of McLuhan's ideas, often in distorted forms, to be sure" (Genosko, 1999, p. 3). Despite his rhapsodic references to McLuhan's works, in the third part of *The Consumer Society* Baudrillard dwells on the convergence between the medium and its message, in the way to cope with the "abolition of the signified and the *tautology of the signifier*" (Baudrillard, 1970, 125).

The supremacy of the signifier is peculiar to a society overwhelmed by the interactional exchanges and hypertrophied by the abundance of communicative chances. The semiotic mark of Baudrillard's study method resides in the Barthesian analysis of contemporary myths, somehow constructed and diffused by the imaginary world of media. But the symbolic landscapes lit up by television conceal a mysterious nature, marked by their incessant repeatability and unsolvable flow. To the fore is the replacement of the signified with the signifiers, made possible by a public environment increasingly permeated by the inflation of media:

Self-evidently, most of the time, the content conceals from us the real function of the medium. It presents itself as a message, whereas the real message, with regard to which the manifest discourse is perhaps mere connotation, is the deep structural change (of scale, of model, of habitus) wrought in human relations. Crudely put, the 'message' of the railways is not the coal or the passengers it carries, but a vision of the world, the new status of urban areas, etc. The 'message' of TV is not the images it transmits,

but the new modes of relating and perceiving it imposes, the alterations to traditional family and group structures. And we may go even further and say that, in the case of TV and the modern mass media, what is received, assimilated and “consumed” is not so much a particular spectacle as the potentiality of all spectacles. (Baudrillard, 1970, 124)

The experience of media is itself the message of their social act. The substitution of meanings with their simulacra implies, of course, a deep functional shift in human habits. This is truer if we consider, in accordance with McLuhan’s statement, that automation bolsters fragmentation, despite the apparent synchronization of human relationships: «Automation is not an extension of the mechanical principles of fragmentation and separation of operations. It is rather the invasion of the mechanical world by the instantaneous character of electricity» (McLuhan, 1964, pp. 461-2).

The extension of our nervous system is perhaps the most outstanding outcome of the invasion of media, whose power of penetration depends on their experiential permeability. And this nervous speedup is strictly related to the sudden replacement of the traditional meanings of the printed era with the new ones introduced by the electric age. The symbolic flood pursued by the new and old media led to a semiotic torrent, fueled by an obsessive cult of objects, signs, images (Marchetti, 2017, 434).

The consumer society is but the consequence of this experiential hypertrophy, marked by the invasion of objects and their fluctuating meanings. The function of objects resides in their meanings, to the extent that such meanings may convey emotions and sensations. Undoubtedly, every new electric device implies a sensorial adjustment, as happened during the transition from the manuscript page to the printed one. This is what occurred when the Gothic miniatures were made obsolete by the humanistic way to represent the external and internal spaces thanks to perspective. This process of sensorial empowerment is definitely concluded with the advent of electricity. The old linear spaces are suddenly to be replaced with synchronic and connected relationships, shaped by the semiotic influence of objects and their psychic simulacra.

In this sense, McLuhan provides Baudrillard with an unexpected interpretative key of media phenomenology (Galbo, 1991). The social meaning of railways resides in the way of life they foster, rather than in the goods they transport (as in the case of coal). In the same way, media’s influence lies in their functional and sensorial innovations, more than in their messages. The examples of railways and coal echo McLuhan’s metaphor of media as staples of natural resources: “If the formative power in the media are the media themselves, that raises a host of large matters that can only be mentioned here, although they deserve volumes. Namely, that technological media are staples or natural resources, exactly as are coal and cotton and oil” (McLuhan, 1964, 34).

The lesson of Harold Innis (1950) about the bias of ancient and modern communication prompts McLuhan to probe the power that things and objects have to shape our daily interactions. Electric times are no exception, in accordance with the informative increase fueled by the mainstream media. Information is not knowledge, but mere experiential consciousness. Like the railway (the signifier), whose social meaning is not the coal (the signified), the power of TV resides not in broadcasts, but in the way it shapes and modifies

the daily experience of social actors. McLuhan accurately realizes that every civilization depends on some specific objects, which acquire an economic, civil and cultural meaning: "Anybody will concede that a society whose economy is dependent upon one or two major staples like cotton, or grain, or lumber, or fish, or cattle is going to have some obvious social patterns of organization as a result" (McLuhan, 1964, 34).

In the same way, the consumer society described by Baudrillard is dependent both on media and electric connectivity. Our postmodern simulacra are but the concretion of interlaced experiential fragments, moulded by new and old media. As Flaiano points out just in reference to McLuhan's axiom, we go to the cinema just to live that general experience offered by the medium itself, rather than the particular event represented on the screen (Lombardinilo, 2013).

Once again, the real spectacle is represented by its virtual dimension, not by its factual dimension (Bishop, 2013; Butler 1999). This is possible because, according to De Saussure, the sign has two different faces, the signifier and the signified. In our times, the signifier rules the evolution of social simulacra. Our mindset has no longer a diachronic breathe, stifled by the loss of memory and recollection. The synchronic instances of the consumer society mingle with the emotional expectations of the connected era, increasingly shaped by media inflation. Thus, the virtual dimension of our collective experience is but the psychic projection of our interactional expectations, which media enable us to live in accordance with our illusions. The media simulacra probed by Baudrillard in the third part of his *Consumer Society* take into account McLuhan's conception of media as psychic devices, capable of replacing reality with its symbolic reflection.

This is truer for the contemporary mythologies settled by media and print in the era of the economic boom. By juxtaposing an infinite number of images, cinema and television provide the illusion of the dominion of reality. The unstoppable flow of signs scrolling on the video has the power to enchant the public, until they become dazed and numb:

This, then, is the truth of the mass media: it is their function to neutralize the lived, unique, eventual character of the world and substitute for it a multiple universe of media which, as such, are homogeneous one with another, signifying each other reciprocally and referring back and forth to each other. In the extreme case, they each become the content of the others -- and that is *the totalitarian 'message' of a consumer society*. (Baudrillard, 1970, 124)

The totalitarian message of the consumer society is tautological as well as repeatable. The semiotic flood fueled by the imaginary world of media reveals the hidden interlacing of the "multiple universe of media". Homogeneity is bound to replace fragmentation and diversity, in the light of the constant overlapping of images and messages. Baudrillard succeeds in defining a mythology of media that reckons on Barthes' semiology and McLuhan's mediology, together with Benjamin's aesthetics of cultural industry.

Repeatability, tautology, neutralization, homogeneity: these are some key words of Baudrillard's theory of simulacra, so deeply embedded in the phenomenology of media built by McLuhan (Kellner, 2010, 192). McLuhan's controversial axiom reveals the

concealed secrets of mainstream communications. Their main feature is to codify a uniformed language enabled to mean the social essence of objects, much more than contents and messages.

The result, as McLuhan points out, is the permanent modification of our nervous system, connected to the diffusion of electric and, nowadays, digital devices: “Our electric technology now extends the instant processing of knowledge by interrelation that has long occurred within our central nervous system. [...] Such is also the character of “mass media”. (McLuhan, 1964, 462).

In the background is the construction of a uniformed language, shaped by the totalitarian action of media. The latter are enabled to express the multiform nature of simulacra, bound to reveal the “absent world” of our times.

### **McLuhan and the automated society: the medium is the message**

As we saw before, the advent of the consumer society is strictly connected to the semiotic flood engendered by media. Over a short time they became an extension of our body and nervous system, as the frenzied use of smart phones and tablets shows nowadays (Boccia Artieri, 2012). This fact concerns the evolution of human relationships and the cognitive skills of social actors, whose symbolic patterns vary in compliance with what they behold. William Blake’s citation from *Jerusalem* opening the last chapter of *The Gutenberg Galaxy* can explain the way perception and observation change when a new medium appears. “If perceptive organs vary, Objects of Perception / seem to vary; / if the Perceptive Organs close, their Objects seem to / close also” (McLuhan, 1962, p. 299).

The effects of the printed page concern human knowledge as well as sensorial perception. Blake’s visionary verses provide McLuhan with the awareness of the insoluble ratios between the senses and reality, destined to change in compliance with reproduction techniques. In this sense, the new iconic patterns of print fuels a new visual consciousness, empowered by the newspapers and daily press. “The Seven Nations fled before him; they became what they beheld” (McLuhan, 1962, 1999). By means of Blake’s insight, McLuhan can realize the creative process founding modern visual sensitivity, destined to be implemented by TV and digital supports. We become what we behold, as for example the innumerable interlaced images, videos and sounds, linked together by the accessory presence of writing.

As Elena Lamberti notes, “The Western World will soon move towards what William Blake defined as ‘the single vision and Newton’s sleep,’ a new reality whose effects various men of letters, and various conscious craftsmen and artists, tried to probe and counterbalance through their works” (Lamberti, 2012, p. 177). Writers and poets have the sensitivity to anticipate the social shifts fueled by communicative innovations. This what Pound, T.S. Eliot and Joyce did in the twentieth century, in accordance with an experimental inspiration repeatedly noticed by McLuhan.

The existential awkwardness afflicting postmodern men implies the construction of new expressive melodies, bound to shape the infirmity of human spirit (Nadine, 2016). It is not by chance that Baudrillard, dwelling on McLuhan's axiom, hints at the theatrical lesson of Bertolt Brecht, seen as the interpreter of postmodern spiritual bewilderment:

We move from the message centred on the signified -- a transitive message -- to the message centred on the signifier. For example (in the case of TV), from events signified by the image to the consumption of the image as such -- i.e. precisely as something different from those events, as spectacular -- Brecht would say 'culinary' -- substance, exhausting itself in the very time-span of its absorption, and never referring on beyond. (Baudrillard, 1970, 125).

The frenzied mastication and digestion of fragments of experience is one of the trademarks of the consumer society, in which the message is but a signifier of daily life. After all, the metaphor of informative consumption as culinary habits effectively expresses the craving for social participation that Brecht seems to have mislaid. Men live within a suspended world, ruled by a wearing sense of waiting. Despite the inflation of interactional opportunities, the supremacy of the signifier on the signified marks the evolution of men towards an absent world that only an artificial language can express.

Brecht's plays successfully mean the communicative counter-circuit stemming from the transformation of messages in uncontrolled consumption. This is what McLuhan argues in chapter 27 of *Understanding Media*, devoted to the telephone: "Brecht's plays have the same participational quality of the world of the comic strip and the newspaper mosaic that TV has made acceptable, as pop art" (McLuhan, 1970, p. 363). Both McLuhan and Baudrillard show how relevant the literary medium (and in particular dramas) can be in a socio-cultural way. *Waiting for Godot* by Beckett, for example, is but the representation of nonsense experience, in which words and gestures have no longer any connection. No connection can be found between the language and the story told.

Language stopped meaning. It acquires a primary relevance, both self-reflexive and narcissistic. This is one of the main legacies of Futurism, Cubism and Dadaism, which deeply changed how stories are told and the representation of human complexity. After all, storytelling has always been a primary need for the social actors, both in the manuscript age and in the era of convergent culture: "More and more, storytelling has become the art of world building, as artists create compelling environments that cannot be fully explored or exhausted within a single work or even a single medium" (Jenkins, 2006, p. 116).

The digital reproducibility of our existence is about to produce an infinite discourse on experience itself, despite the attempts to feed the illusion of immortality. The loss of memory is well matched with the fading of traditional identity, swamped by the irresistible force of technological devices. The risk society described by Beck (1992) is not so far from the consumer society that Baudrillard shapes in reference to the correspondence between existence and its symbolic reflection. The loss of memory and identity is only one of the aspects marking the advent of media society, in which the medium is not only the message, but also the reality.

To the fore is the neutralizing action carried out by media consumption, fostered by the increasing chances to take part in the public ordeal. McLuhan emphasizes all these aspects in the first chapter of *Understanding Media*, entitled “The medium is the message”. He wonders why electricity deeply influences our daily life and why media can anesthetize sensorial ratios. After all, McLuhan is aware of the cultural shifts that such a revolution implies for the social actors, not yet used to conceiving media as functional devices:

In a culture like ours, long accustomed to splitting and dividing all things as a means of control, it is sometimes a bit of a shock to be reminded that, in operational and practical fact, the medium is the message. This is merely to say that the personal and social consequences of any medium – that is, of any extension of ourselves – result from the new scale that is introduced into our affairs by each extension of ourselves, or by any new technology. (McLuhan, 1964, 19)

On this account, the metaphor of media as a body extension allows McLuhan to explain why any new medium is more than a technological device. The way to convey messages peculiar to any medium poses as a representing technique, as—happened when perspective was invented. In this sense, McLuhan’s references to literature and art are not accidental. The pictorial renewal carried out by the Impressionists, together with the symbolist revolution fueled by Edgar Allan Poe and Charles Baudelaire, reveals the possibility to depict the interior landscapes of the psyche (Lombardinilo, 2017, 257–317). The symbolist mindset is but the result of the sensorial speed-up supported by electricity, in accordance with the new communicative patterns diffused by the telegraph, telephone and newspapers.

In fact, the journalistic mark is clearly present in our digital habits, as the mosaic framework of mobile and social networks attests. The only difference is that nowadays we no longer turn the pages, but we scroll them, with evident effects in the management of the enormous amount of information submerging us. By scrolling the pages of our private digital dominion we foster the way to tautology and repeatability, as McLuhan points out in his main works.

This is an aspect well reckoned by Joachim Knape, in reference to the correspondence between the medium and its message: “This idea is the origin of the tautology found throughout McLuhan’s work. Terminological definitions are tautological when the term itself is used in its definition. Where does a medium come from? From a medium. What constitutes a medium? A medium. What does a medium do? It produces media. And so on and so forth, *ad infinitum*” (Knape, 2013, p. 259).

Media tautology conceals the dizzy stratification of symbols and signifiers permeating public environments, turned by electric media into anesthetized emotional spaces. Thanks to McLuhan, Baudrillard can point out that the signifier is more important than the signified, the container is more relevant than the content. Electricity is a medium itself, to the extent that it conveys new experiential patterns, deprived of any apparent content and signified:

The electric light escapes attention as a communication medium just because it has no “content”. And this makes it an invaluable instance of how people fail to study media at all. For it is not till the electric light is used to spell out some brand name that it is noticed as a medium. Then it is not the light but the

“content” (or what is really another medium) that is noticed. The message of the electric light is like the message of the electric power in industry, totally radical, pervasive, and decentralized. For electric light and power are separate from their uses, yet they eliminate time and space factors in human association exactly as do radio, telegraph, telephone, and TV, creating involvement in depth (McLuhan, 1964, p. 21).

Radical, pervasive and decentralized: these are the main features of the media action in the era of the consumer society, in which symbolic appearances prevail upon the meaning of gestures and behaviors. “The image on a television screen is not photographic, like that of film. It is, as McLuhan constantly stressed, iconic and sculptural rather than pictorial” (Gordon, 2010, p. 7). However, the images on the pc screens are the sources of our daily simulacra, like the texts scrolling on our mobiles and the vocal messages animating our digital relationships. The medium is the message, since messages is mere consumption, bolstered by the collective fever that marks the connected society (Gilles & Sitz, 2013; Codeluppi 1989). This is one of the main features of the consumer society, suspended between experiential tautology and interactional decentralization.

## **Conclusion. Hot and cold simulacra**

“For Baudrillard, eventually, all the dominant media become “cool”, erasing McLuhan’s (problematical) distinction between hot and cool media (Kellner, 2010, p. 191). According to Baudrillard, the neutralization of social experience seems to be one of the main features of media influence. Nevertheless, media have the power to involve and include the social actors in a collective ordeal, marked by the anxiety of participation.

In this sense, the signifier overcomes the signified, to the extent that the medium itself conveys the contents of communicative experience. Baudrillard erases McLuhan’s dichotomy between hot and cold media since he is more focused on objects than McLuhan. The construction of individual and collective simulacra are but the psychic effort to represent daily complexity, overwhelmed by the symbolic flood of our times (Secondulfo, 2007). This is why Baudrillard can afford to interlace De Saussure’s linguistics with McLuhan’s mediology, so as to deal with the cultural and interactional habits of the consumer society.

To the fore is the “ecstasy of communication” (Kellner, 2010, p. 191) that marks the informative complexity of the Seventies, destined to become more and more sophisticated with the advent of the internet and the diffusion of mobile devices. Media really pose as a meta-language, enabled to mean the postmodern oxymoron of a hollow and bloated world:

What the TV medium conveys by its technical organization is the idea (the ideology) of a world endlessly visualizable, endlessly segmentable and readable in images. It conveys the ideology of the omnipotence of a system of reading over a world become a system of signs. TV images present themselves as the meta-language of an absent world. Just as the smallest technical object, the tiniest gadget, is a promise of a universal technical (Baudrillard, 1970, p. 124).

The consumer society is a system of signs, just as media mythologies are semiotic systems, founded on the empowerment of signal reticulates. In rhetoric terms, the tautologies of social experiences stems from the construction of a meta-language enabled to express the nonsensical and absurd nature of postmodern meanings, as emphasized by Brecht, Ionesco, Ibsen, Beckett. The dialogue of the deaf featured in *-Waiting for Godot* reminds us of the importance of human dialogue, as McLuhan highlighted in his relevant essay published in 1953, entitled *Culture without literacy*:

Perhaps we could sum up our problem by saying that technological man must betake himself to visual metaphor in contriving a new unified language for the multiverse of cultures of the entire globe. All language or expression is metaphorical because metaphor is the seeing of one situation through another one. Right on the beam. I'll take a rain check on that (McLuhan, 1953, p. 21).

Media, as well as languages, are metaphors of a neutralized world, moulded by the incessant action of symbolic interactions. Baudrillard's concept of meta-language seems to stem from McLuhan's reference to the new unified language required by the semiotic and expressive complexity of our times. This is a core issue in Baudrillard's theory of media, founded on the counter-circuit between visual and tactile aspects: "images we encounter, increasingly indistinguishable across genres, both report a world we are to take as actual, and therefore inclusive of our own lives and situations, and, necessarily, present a world as other, as spectacle" (Hopkins, 2015, 73).

Thus, objects and consumption pose as the metaphor of an alternative world, fueled by consumption and experiential exchanges. This is an aspect rightly emphasized by Baudrillard in compliance with McLuhan's lesson, long before the advent of the connected society (Merrin, 2005).

## Biographical note

Andrea Lombardinilo is a tenured lecturer and Assistant Professor in the Sociology of Cultural and Communicative Processes at the Gabriele d'Annunzio University, Chieti-Pescara (Italy). He carries out research on literary communication and sociology of literature, with particular reference to the narrative and symbolic representations of modern identity. His interests also include sociology of higher education, with a focus on innovation reform and institutional communication within the university system. His most recent volume is *McLuhan and Symbolist Communication. The Shock of Dislocation* (Peter Lang, Oxford 2017).

## References

- Baudrillard, J. (1970). *The Consumer Society: Myths and Structures*. London: Sage, 1998.  
 Baudrillard, J. (1976). *Symbolic Exchange and Death Theory*, Sage, London 1993.  
 Barthes, R. (1957). *Mythologies*. Paris: Seuil.

- Bishop, R. (ed.). (2013). *Baudrillard Now: Current Perspectives in Baudrillard Studies*. Cambridge (UK): Polity Press.
- Butler, R. (1999). *Jean Baudrillard: The Defence of the Real*. London: Sage.
- Codeluppi, V. (1989). *Consumo e comunicazione. Merci, messaggi e pubblicità nelle società contemporanee*. (Eng. Tr., *Consumption and Communication. Goods, Messages and Advertisement*). Milano: FrancoAngeli
- Beck, U. (1992). *Risk Society: Towards a New Modernity*. London: Sage.
- Benjamin, W. (1936). *The Work of Art in the Age of Its Technological Reproducibility, and Other Writings on Media*. Cambridge (MA): Harvard University Press, 2008.
- Berger, P. L., Luckmann, T. (1966). *The Social Construction of Reality*. London: Penguin Books, 1991.
- Boccia Artieri, G. (2012). *Stati di connessione: pubblici, cittadini e consumatori nella (social) network society*. (Eng. tr., *Connection Status: Audience, Citizens and Consumers in the (Social) Network Society*). Milano: FrancoAngeli.
- Castells, M. (2001). *The Internet Galaxy: Reflections on the Internet, Business, and Society*. Oxford: Oxford University Press.
- De Kerckhove, D. (1998). *Connected Intelligence: The Arrival of the Web Society*. London: Kogna Page.
- Galbo, J. (1991). McLuhan and Baudrillard: Notes on the Discarnate, Simulations and Tetrads. *McLuhan Studies*, 1, 103–07.
- Gane, M. (2000). *Jean Baudrillard: in Radical Uncertainty*. London: Pluto Press.
- Genosko, G. (1999). *McLuhan and Baudrillard. The Masters of Implosion*. London and New York: Routledge.
- Genosko, G. (2005). *Marshall McLuhan: Critical Evaluations in Cultural Theory*, 3 voll. London: Routledge.
- Gilles, M., & Sitz, L. (2015). *Baudrillard: des objets à la réalité intégrale*. Cormelles-le-Royal: EMS Editions.
- Gordon, W. T. (2010). *McLuhan, a Guide for perplexed*. New York and London: Continuum.
- Hopkins, P. (2015). *Mass Moralizing: Marketing and Moral Storytelling*. London: Lexington Books.
- Innis, H. A. (1950). *Empire and Communication*. Oxford: Oxford University Press, 2007.
- Kellner, D. (2010), Reflections on Modernity and Postmodernity in McLuhan and Baudrillard. In Grosswiler P. (ed.), *Transforming McLuhan. Cultural, Critical and Postmodern Perspectives* (pp. 179–200), New York: Peter Lang.
- Knape, J. (2013). *Modern Rhetoric in culture, arts and media: 13 essays*. Berlin and Boston: De Gruyter.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York and London: New York University Press.
- Lamberti, E. (2012). *Marshall McLuhan's Mosaic: Probing the Literary Origins of Media Studies*. Toronto: University of Toronto Press.

- Lombardinilo, A. (2013). Una “mano di modernità”. Flaiano, McLuhan e la società mediale. (Eng. tr., A “Touch of Modernity”. Flaiano, McLuhan and the Media Society). *Studi medievali e moderni*, 1/2013, 167–194.
- Lombardinilo, A. (2017). *McLuhan and Symbolist Communication. The Shock of Dislocation*. Oxford: Peter Lang.
- Marchetti, M. C. (2017), The Consumer Society and the (False) Myth of Mass Democratisation. *Italian Sociological Review*, 7 (4), 421-436. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.13136/isr.v7i4.203>. doi: 10.13136/isr.v7i4.203.
- Mazzoli, L. (2012). *Il patchwork mediale. Comunicazione e informazione fra media tradizionali e media digitali*. (Eng. tr., *The Media Patchwork. Communication and Information Through Traditional and Digital Media*). Milano: FrancoAngeli.
- McLuhan, M. (1953). Culture without literacy. *Explorations*, 1, 117–27. Reprinted in McLuhan, M. (2005), *Marshall McLuhan Unbound*, vol. 6. Corte Madera (CA): Gingko Press.
- McLuhan, M. (1962). *The Gutenberg Galaxy. The Making of Typographic Man*. Toronto, Buffalo, London: Toronto University Press, 2011.
- McLuhan, M. (1964). *Understanding Media: The Extensions of Men*. Edited by W. T. Gordon. Corte Madera (CA): Gingko Press, 2003.
- Merrin, W. (2005). *Baudrillard and the Media. A critical Introduction*. Cambridge (UK) and Malden (USA): Polity Press.
- Morcellini, M. (2013). *Comunicazione e media*. (Eng. tr., *Communication and Media*) Milano: Egea.
- Nadine, S. (2016). *L'hyperréalité du monde postmoderne selon Jean Baudrillard: Essai de lecture analytique et critique*. Paris: L'Harmattan.
- Secondulfo, D. (ed.). (2007). *I volti del simulacro. Realtà della finzione e finzione della realtà*. (Eng. tr., *The Faces of Simulacrum. Reality of Fiction and Fiction of Reality*) Verona: QuiEdit.

## Food (is not) porn. Le immagini del cibo e l'orizzonte della scomparsa\*

Tito Vagni\*\*

Libera Università di Lingue e Comunicazione – IULM

Starting from the analysis of the uninterrupted display of dishes and foods, defined by newspapers and scientific research with the word “food porn”, this paper proposes a reflection on the status of the contemporary image and its consumption. The article focuses on two different reflective lines of media images, one linked to Jean Baudrillard (1979) and the other to Susan Sontag (1977). The main objective is to verify the effectiveness of the Baudrillardian idea of proximity as a form of integral transparency, which is the basis of its definition of obscene. This paper argues that visual technology, especially photography and television, introduces a new way of seeing, extending their focus focused on the faculties of modern man. This mechanism does not produce full transparency, on the contrary it can favour a shrinking world and the disappearance of everything that is not within the scope of the lens. Therefore, this essay proposes the use of the concept of “food media” (Rousseau 2012) because it is able to take a more appropriately account of the food mediatization process.

**Keywords:** food porn, food media, obscene, transparency, visual culture

### La modernità alimentare e la centralità del visuale

Nel momento in cui questo articolo viene scritto, sono circa 126 milioni le foto pubblicate sul social network Instagram accompagnate dall'hashtag #foodporn. Ciò lascia intendere che l'espressione sia entrata nel lessico contemporaneo ma, allo stesso tempo, la variegata casistica di immagini accompagnate da questo tag costituisce un corpus proteiforme dai confini estremamente sfumati, che coglie una tendenza culturale<sup>1</sup>, percepita e condivisa dagli utenti, senza identificare però uno specifico tratto estetico-stilistico. #Foodporn non è quindi inteso dai suoi utilizzatori come un genere: ogni alimento può essere inserito in questo vasto contenitore a patto che sia fotografato, ripreso o narrato. La chiave interpretativa che si intende proporre è che la tendenza culturale in questione sia la crescente importanza dell'aspetto visuale e narrativo del cibo, che sta sormontando il suo status di nutrimento. Food porn è quindi l'indicatore di una tensione tra un cibo da mangiare e uno da guardare, leggere e ascoltare.

Le ricostruzioni sulla nascita e la diffusione del termine *food porn* (Finkelstein, 2014; Marrone, 2014; McBride, 2010; Rousseau, 2012) concordano nel collocare l'origine della tendenza culturale nei lavori di Roland Barthes, in particolare in alcune celebri pagine

---

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

\*\* Email: [tito.vagni@iulm.it](mailto:tito.vagni@iulm.it)

delle sue *Mitologie* (1957) dedicate alla “cucina ornamentale”. Nel saggio lo studioso confronta le foto di cibi pubblicate da due riviste francesi, *Elle* e *L'Express*, individuando differenti modelli di esposizione dei piatti. *Elle* è una rivista generalista che si rivolge ad un pubblico di massa, pertanto le foto che vi sono pubblicate hanno come tratto distintivo “il ricoperto”: ogni piatto sembra essere avvolto da una patina che impedisce di distinguere gli elementi di cui è composto, ma allo stesso tempo la copertura proietta il piatto in un mondo di sogno, proprio per la bellezza costruita ad arte e per il mistero della sua composizione. Il pubblico de *L'Express*, composto principalmente dall'alta borghesia, ha un superiore potere d'acquisto, non ha quindi bisogno di sognare dei piatti accattivanti perché può riprodurli e consumarli senza affanni. Per tale ragione la rivista propone loro ricette e foto “reali”, che potranno funzionare da modello per una ripetizione domestica. La riflessione di Barthes sulla cucina ornamentale costituisce il momento fondativo di un nuovo modo di studiare e di intendere il cibo, perché si rivolge ad esso come parte della cultura dei consumi, collocandolo oltre la dimensione dell'edibile<sup>2</sup>. Nonostante l'importanza paradigmatica di questa acquisizione teorica, la dicotomia di Barthes rischia di essere fuorviante perché si concentra semiologicamente sui segni distintivi di immagini culinarie, finendo per far passare in secondo piano gli aspetti sociologicamente rilevanti, ovvero la costruzione di un discorso mediatico intorno al cibo *tout court*, l'interesse dell'industria culturale per l'alimentazione e la sua mutazione in cultura di massa. Barthes, soffermandosi sulle differenze tra le due immagini culinarie tace l'importante punto di accordo delle due forme espressive, vale a dire la natura espositiva del cibo e quindi il rapporto tutto nuovo, di ordine visuale, che il consumatore intrattiene con esso. Qualche anno più tardi rispetto a *Miti d'Oggi*, nel saggio *Pour une psycho-sociologie de l'alimentation contemporaine* (1961), il semiologo francese introduce elementi nuovi nella sua riflessione, riferendosi al “cibo” (*nurture*) come a un “sistema di comunicazione e un corpo di immagini” (Barthes, 1961, p. 979). In questo approfondimento successivo sull'alimentazione svaniscono i riferimenti alle sfumature culturali tra le classi sociali e viene attribuita al cibo, senza alcuna distinzione, potenza comunicativa e capacità espressiva per nulla autoreferenziale, ma riferita al particolare contesto culturale e ai consumatori di cui fornisce molte informazioni. Il “ricoperto” e il “reale” non costituiscono più una dicotomia rivelatrice, perché sono intesi come tratti estetici, scelte comunicative rivolte a pubblici differenti. Secondo Barthes, quando un bisogno come quello dell'alimentazione viene istituzionalizzato non è più possibile distinguere tra la sua funzione di segno e la sua funzione specifica, esso non è più solamente nutrimento né pura comunicazione, ma assume entrambi i connotati nello stesso istante. La prospettiva barthesiana sul valore-segno delle merci è stata raccolta e proseguita idealmente dagli studi di Jean Baudrillard che ne *La società dei consumi* (1970) descrive i cambiamenti della merce – e quindi del cibo – come una “culturalizzazione”: un processo in cui ogni oggetto diviene intrattenimento e strumento di distinzione, un accessorio che si aggiunge alla panoplia delle altre merci e riesce a produrre significati che oltrepassano la sua funzione specifica. In particolare, la culturalizzazione del cibo è un tratto distintivo della “modernità alimentare” (Teti 2015), quel momento storico-sociale sopraggiunto dopo lunghi periodi di scarsità per buona parte dell'Occidente fino agli anni '50 del Novecento.

Grazie alla prospettiva di Baudrillard è possibile comprendere che l'importanza odierna del cibo non risiede completamente nella sua funzione fisiologica, ma è data dal dialogo che gli alimenti stabiliscono con le altre merci e con i consumatori. Come scrive Roberta Sassatelli (2010), nell'idea di Baudrillard il consumo non prevede il soddisfacimento di bisogni, esso assume piuttosto il senso di un atto di accesso o di inclusione in un sistema di segni che ha sostituito quello della contingenza materiale. Una sostituzione che non dà luogo ad una scomparsa, ma ad una moltiplicazione che genera una realtà aumentata in cui ogni referente materiale incorpora la sua memoria e il suo mito, che rappresentano le vere qualità seducenti degli oggetti. La mitizzazione della realtà e la sua conseguente amplificazione sono prodotte dai moderni sistemi di comunicazione che, attraverso il proprio linguaggio, compiono una gigantesca opera di mediatizzazione del reale.

La cucina ornamentale descritta da Barthes analizzando le riviste del secondo dopoguerra, così come le più attuali pratiche di condivisione delle immagini digitali attraverso l'hashtag #foodporn, indicano che il processo di culturalizzazione del cibo è strettamente legato alla sua mediatizzazione, ovvero al suo incontro con l'industria culturale, che estendendo il proprio interesse all'alimentazione ne ha prodotto una forma fantasmagorica, giunta a visibilità con l'esplosione delle pratiche fotografiche negli ambienti digitali. L'uso del termine food porn indica quindi una pratica di condivisione tipica dei social network contemporanei e allo stesso tempo un fenomeno socio-culturale legato allo sviluppo della società dei consumi. Ma la domanda di ricerca che muove l'interesse di questo saggio, è perché si utilizzi proprio questo termine per descrivere la corrente ossessione per il cibo e le pratiche che da esse derivano.

Una ricerca legata alla diffusione dell'hashtag #foodporn su Instagram (Mejova, Abbar e Haddadi 2016) ha mostrato che le foto più ricorrenti nel social network riguardano cibi con un alto dosaggio calorico e di zuccheri. Cioccolato e torte sono i soggetti maggiormente condivisi dagli utenti di tutto il mondo. Questo lascia dire ai ricercatori che l'associazione della parola "pornografico" al cibo sia dovuta a un effetto perverso dell'esposizione di cibo che promuove stili di vita scorretti. Ma la ricerca ha anche messo in luce che le immagini di cibi voluttuosi vengono associate con notevole frequenza ad altri hashtag, che evocano sentimenti positivi e stili di vita sani. La conclusione è che "il sentimento associato a #foodporn indica che l'hashtag è utilizzato anche per promuovere stili di vita sani. Questa ridefinizione del gastro-porn nelle comunità dei social media è un'ulteriore dimostrazione dell'effetto sociale che i media hanno sulla nostra visione e concettualizzazione di noi stessi e di ciò che ci riguarda" (p. 9).

Alla luce di quanto scritto, occorre capire per quale motivo la tendenza culturale descritta sia sintetizzata dagli utenti con l'espressione food porn, che non è affatto neutra, anzi porta con sé un cospicuo numero di implicazioni socio-culturali.

## L'osceno come fondamento teorico del food porn

Se si osservano le immagini più frequentemente associate all'hashtag #foodporn sul social network fotografico Instagram, si può notare come il tag converga con il concetto baudrillardiano di oscenità, declinato in tre modi differenti: a) immagini che mostrano la sovrabbondanza di alimenti; b) immagini che attraverso una manipolazione raggiungono un effetto di realtà superiore alla realtà stessa; c) immagini talmente ravvicinate da mettere in luce dettagli che una visione del vivo non riuscirebbe a scorgere<sup>3</sup>. Osservando i cumuli di merci, le vetrine e le pubblicità, Baudrillard scorge una forma di consumo non più rivolta al bisogno, non più un'azione specifica che si concentra su un oggetto ma una modalità autosufficiente: lo shopping.

Voi portate via la piramide pericolante di ostriche, carni, pere o asparagi in scatola, comprandone una piccola porzione. Comprate la parte per il tutto. E questo discorso metonimico, ripetitivo, della materia consumabile, della *merce*, ridiviene, mediante una grande metafora collettiva, l'immagine del *dono*, della prodigalità inesauribile e spettacolare tipica della *fiesta* (Baudrillard, 1970, p. 5).

La caratteristica della nuova forma di consumo è la *flanerie* tra le merci, una perdita senza scopo alla ricerca di continui stimoli sensoriali che provengono giocoforza dalla dimensione visuale, quindi segnica. In questo frammento si comprende come Baudrillard abbia inteso la culturalizzazione del cibo come una forma pornografica a partire dall'esposizione della merce nei drugstore e nei centri commerciali, luoghi in cui si compie una "amalgama dei segni", una loro confusione giustificata dall'"opulenza totale" tipica del capitalismo industriale. Il consumo non è più una forma transitiva, è divenuto spettacolo della merce, allo stesso modo il cibo non soddisfa più un bisogno, si è trasformato nell'esperienza del food porn.

Ma la riflessione baudrillardiana sull'oscenità e l'estetica pornografica viene messa maggiormente a fuoco nei suoi lavori successivi, in particolare in *Della seduzione* (1979). Secondo lo studioso francese le tecnologie della rappresentazione producono un eccesso di vicinanza tra l'occhio e l'oggetto e, di conseguenza, una sovrabbondanza di verità, che abolisce ogni forma di seduzione, lasciando spazio a una trasparenza integrale. Baudrillard e altri studiosi che si muovono nella sua stessa direzione<sup>4</sup> attribuiscono questa caratteristica all'estetica pornografica.

L'oscenità stessa brucia e consuma il proprio oggetto. Lo si vede troppo da vicino, vi si scorge quel che non si era mai visto – voi non l'avete mai visto funzionare, il vostro sesso, né così da vicino, né generalmente in altro modo, per vostra fortuna. Tutto è troppo vero, troppo vicino per essere vero. È questo a essere affascinante, l'eccesso di realtà, l'iperrealtà della cosa. Il solo fantasma della fotografia, se mai ce ne fosse uno, non è dunque quello del sesso, ma quello del reale e del suo assorbimento in qualcosa di diverso dal reale, l'iperreale (1979, p. 37).

La fotografia, l'immagine cinematografica e il flusso televisivo producono l'effetto di avvicinare l'osservatore agli oggetti del quotidiano, facendo scomparire il reale e sostituendolo con una profusione di immagini che iniziano a godere di un superiore effetto

di realtà, grazie all'avvicinamento dell'occhio all'oggetto osservato e ai tanti dettagli che questa nuova condizione lascia trasparire. La tecnologia rivela elementi sconosciuti, finendo per produrre un mondo immaginario fatto di copie che hanno sommerso i propri prototipi, facendosi modello della realtà stessa. Una simulazione del reale che acquisisce un carattere più intenso e coinvolgente del suo prototipo, simulacri dalla perfezione assoluta che riverberano la propria logica di funzionamento nella vita quotidiana con una modalità virale da cui è impossibile sottrarsi.

L'iperrealtà a cui si riferisce Baudrillard è un effetto delle tecnologie visuali che tendono alla trasparenza, ovvero ad estendere la portata della conoscibilità a ogni dettaglio del quotidiano. In questo senso, scrive Baudrillard, invece di essere seducente, questa tecnica espositiva diviene pornografica, perché dispiegando ogni increspatura del quotidiano attraverso l'occhio tecnologico, essa priva il mondo del suo erotismo, spazza via le zone d'ombra e tutte le imperfezioni da cui l'occhio umano è sempre stato attratto. "L'iperrealismo non è il surrealismo, è una visione che conduce una caccia spietata contro la seduzione a forza di visibilità" (Baudrillard 1979, p. 38).

Su questa considerazione di Baudrillard è possibile tracciare ancora una volta un parallelo con le riflessioni di Barthes sulla fotografia (1980) e in particolare sull'immagine unaria. Ogni immagine genera secondo Barthes differenti intensità di piacere e partecipazione. Quando lo sguardo si sofferma su un'immagine, lo fa probabilmente perché essa incontra il gusto o l'interesse dell'osservatore. Possono però verificarsi anche livelli superiori di coinvolgimento, in questo caso l'immagine ha un *punctum*. Alcune fotografie in virtù della particolare modalità della loro forma espositiva, la simultaneità<sup>5</sup>, offrono all'occhio una cospicua sequenza di dettagli che catturano l'attenzione del fruitore. Il *punctum* è quell'elemento che "partendo dalla scena mi trafigge" (Barthes, 1980, p. 28) ed è in grado di pungere, generando una ferita emotiva che spinge ad una forte attenzione. Il *punctum* è il segno di una relazione forte dell'osservatore con l'immagine, una relazione che non può che essere personalissima, in quanto legata agli interessi e all'emotività di ciascuno. È quell'elemento che irretisce il fruitore, rubandone lo sguardo, trasformando il suo interesse e facendolo passare dal *to like* al *to love*, vale a dire ad una partecipazione più coinvolgente.

La ricostruzione di Barthes prevede anche l'esistenza di immagini prive di interesse, di un qualsiasi appiglio su cui l'osservatore può soffermare la propria attenzione, immagini che il semiologo francese definisce unarie. L'esempio per eccellenza di questo tipo di fotografia è proprio l'immagine pornografica, descritta come "una foto sempre ingenua, senza secondi fini e senza calcolo, proprio come una vetrina che esponga illuminato un solo gioiello, la foto pornografica è interamente costituita dall'ostensione di una sola cosa: il sesso" (Barthes, 1980, p. 42). Come per Baudrillard, anche per Barthes la fotografia priva di segreti non è una fotografia seducente, la trasparenza estrema a cui ambisce è il primo indiziato del disinteresse dell'osservatore. A renderla indifferente è l'assenza di un filtro, di un elemento di disturbo che si frapponga tra lo sguardo e l'evidenza di una nudità privata della seduzione. I termini di trasparenza e di pornografia sono utilizzati da entrambi gli studiosi francesi come sinonimi o in modo continuo, come fossero modalità e concetti adiacenti. Quello che manca all'immagine unaria è la possibilità d'ingresso del fruitore,

quello che McLuhan (1964) ha definito il “completamento dell’immagine”; le immagini sono talmente esaustive al primo colpo d’occhio “al punto che non avete più niente da aggiungere, ossia da dare in cambio” (Baudrillard 1979, p. 39). Viene meno la relazione lacerante con le immagini capaci di pungolare e ferire, intessendo con l’osservatore una relazione ad alta intensità. La visibilità assurta a paradigma mette al bando le zone d’ombra, rendendo accettabili solamente gli spazi ben illuminati, sia nell’ambito pubblico che nella sfera privata.

È in questa analisi baudrillardiana sulla trasparenza e l’oscenità che trova un fondamento teorico particolarmente rilevante l’accostamento del cibo all’estetica pornografica. Le pietanze fotografate e poi condivise sui social network o nelle piattaforme di blogging costituiscono un immaginario gastronomico che tende a farsi regola. Per tale ragione il cibo si rivolge alla macchina che ne media il rapporto con il pubblico e come una sonda cala il piatto nelle viscere dell’immaginario contemporaneo (Vagni 2016). Il piatto viene composto per attrarre su di sé l’occhio della macchina fotografica; prima di realizzare la foto, il cibo viene curato in ogni suo dettaglio: materie prime, colori, disposizione e quantità degli alimenti sono alterati per meglio aderire al teleobiettivo ed entrano in concorrenza per attrarre lo sguardo del pubblico. Inoltre la fotografia è spesso talmente ravvicinata da far emergere dei particolari inediti, normalmente nascosti ricorrendo il dogma della visibilità e della conoscibilità di ogni ambito del quotidiano. Seguendo le analisi di Baudrillard sulle immagini, l’ingresso virtuale dell’occhio nel piatto produce un effetto di realtà, tipico dell’estetica pornografica, perché mostra qualcosa che la prassi quotidiana ha storicamente preservato nel retroscena.

## I media visuali e lo sguardo focalizzato

L’uso comunemente fatto del termine food porn dagli utenti contemporanei recupera l’atmosfera tipica dei media elettronici, quella della trasparenza integrale, ma se nell’accezione di Baudrillard ciò equivale alla privazione di elementi di interesse, di fascino e di seduzione, per gli utenti contemporanei il valore espositivo degli oggetti ha completamente perso lo stigma negativo, e food porn è divenuto un hashtag che puntella l’identità di ciascuno, evocando uno stile di vita edonista, ma anche raffinato e moderno.

Nel corso del tempo altre analisi sulla forza delle immagini e sulla visibilità si sono affiancate a quella di Baudrillard, proponendo una chiave di lettura del fenomeno differente rispetto a quella dello studioso francese, che potrebbero essere utili per spiegare l’entusiasmo con cui ci si riferisce oggi al food porn. In particolare, lo studio di Susan Sontag sulla fotografia (1977) risulta particolarmente utile per mettere in discussione il rapporto tra trasparenza ed estetica pornografica proposto da Baudrillard. Sontag in una lunga e accurata analisi della fotografia, sostiene che quando questa tecnologia smette di essere usata come forma artistica e si diffonde tra i consumatori di massa, inizia anche a divenire parte di un rituale, individuale e collettivo, di catalogazione del mondo e delle esperienze. La foto è la forma parallela e successiva di un oggetto,

essa è la sua testimonianza e il suo ricordo, la prova di una esperienza e di una abilità, la possibilità, in ognuno di questi casi, di una sua condivisione pubblica. “Il fotografo, dietro il suo apparecchio, crea un nuovo minuscolo elemento di un altro mondo: il mondo delle immagini, che promette di sopravvivere a tutti noi” (Sontag, 1977, p. 11). Le argomentazioni di Sontag e Baudrillard appaiono, in prima lettura, in continuità perché alle immagini sembra sia attribuito un valore superiore rispetto a quello dei referenti. Ma non è questa l'intenzione della studiosa americana, il centro nevralgico della sua riflessione è la visione e il modo in cui la fotografia ne altera le potenzialità. In particolare, Sontag si sofferma sul fatto che un'esperienza, anche di tipo privato come la realizzazione di un piatto o il suo consumo, diventi vera nell'istante in cui assume una dimensione collettiva. In questo senso la fotografia dissemina il mondo di “tracce spettrali” (p. 8), vale a dire che mantiene in vita momenti che sarebbero svaniti rapidamente dalla memoria intima e collettiva. Fotografare un momento significa prolungarne la possibilità di visione oltre l'istante del suo accadere, osservare un evento anche se non si è testimoni oculari a causa della distanza spaziale o temporale. Nel caso specifico dell'ambito gastronomico, quindi, attraverso la fotografia il consumatore crea una personale antologia di ricordi fuggitivi, che paradossalmente acquisiscono verità se sottoposti al vaglio dalla macchina fotografica, che li sottrae dalla propria natura effimera.

La possibilità di scongiurare l'oblio dell'esperienza è solo un aspetto della potenza fotografica, secondo Sontag essa determina anche gli istanti che possono entrare tra il novero dei memorabili in base alla propria grammatica e alla propria fotogenia. Sontag quindi pone l'introduzione della pratica fotografica all'origine di un nuovo modo di vedere: “insegnandoci un nuovo codice visivo, le fotografie alterano e ampliano le nostre nozioni di ciò che val la pena guardare e ciò che abbiamo il diritto di osservare” (Sontag, 1977, p. 3). Inoltre, la disseminazione di foto produce una “visione del mondo che nega la continuità, ma che conferisce ad ogni momento il carattere di un mistero” (p. 21). La realtà diviene “antatomica”, si frammenta nel mosaico di fotogrammi che rubano al fluire del tempo degli episodi particolarmente significativi. Il principio di funzionamento della fotografia rompe la linearità del tempo, mentre la materialità dell'immagine fotografica ne restituisce un'idea di solidità, manipolabile e monumentale. Ma nel testo di Sontag è subito chiaro che l'immagine fotografica non è mai una forma di trasparenza, essa appare piuttosto come un intervento della tecnologia sul mondo.

Subito dopo il 1840 il versatile e ingegnoso Fox Talbot non soltanto componeva fotografie nei generi propri della pittura (...) ma puntava la macchina anche su una conchiglia marina, sulle ali di una farfalla (ingrandite con l'aiuto di un microscopio solare), su una porzione di due file di libri nel suo studio. Ma questi soggetti sono ancora riconoscibili come una conchiglia, le ali di una farfalla, dei libri. Quando venne ulteriormente violata la visibilità consueta – e si isolò l'oggetto dal suo contesto, rendendolo astratto – entrarono in vigore nuove convenzioni su ciò che si considera bello. Bello diventa ciò che l'occhio non può vedere: quella visione frantumata e dislocata che solo la macchina può dare (p. 79).

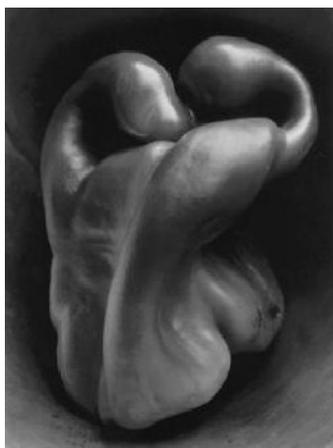


Fig.1 Edward Weston, Pepper No.30

Dalle prime rappresentazioni fotografiche dell'Ottocento, l'esposizione mediatica rivela angoli nascosti, moltiplica i punti di osservazione e favorisce una violazione della visibilità consueta. La fotografia provoca anche un distacco dalla natura, perché si inizia a pensare alla vita come ad una concatenazione di fotogrammi potenziali "così – scrive Sontag – uno dei perenni successi della fotografia è stata la sua capacità di trasformare gli esseri viventi in cose e le cose in esseri viventi" (p. 86). Ne costituiscono un esempio le fotografie di Edward Weston e in particolare quelle che ritraggono dei peperoni. Il peperone del fotografo modernista Weston (1929-1930) è identificabile solamente attraverso una didascalia "*Pepper number 30*"

(Fig. 1). La posizione ravvicinata del fotografo, il gioco delle luci e dell'angolazione rendono indistinguibile l'immagine, che evoca piuttosto due corpi che si congiungono in maniera sinuosa. L'incapacità di individuare la porzione di mondo su cui si è posato l'occhio del fotografo genera secondo Sontag un'attrazione erotica, perché l'osservatore è perturbato da un'immagine irricognoscibile. La fotografia, nell'intento di avvicinarsi al suo oggetto e di spogliarlo dei suoi segreti, genera l'effetto contrario e lo ammantava di un'aura misteriosa in cui s'insinua la curiosità dell'osservatore. L'avvicinamento non è rivelatore, al contrario, questa modalità di fotografare allontana la possibilità della percezione creando la giusta distanza in cui può collocarsi il fruitore per appropriarsi dell'immagine. Viene così a crearsi un rapporto tattile con l'immagine, ed è in questa relazione complicata che si esprime tutto il fascino della fotografia.

Oggi, il peperone di Weston potrebbe essere accompagnato dall'hashtag #foodporn perché presenta molti dei tratti caratteristici di questa espressione: ritrae un alimento voluttuoso; l'obiettivo si avvicina all'oggetto fin quasi a toccarlo; esprime una volontà comunicativa, suggerita dal lavoro sull'oggetto. Tutti questi elementi, come si è visto, possono avere una duplice lettura. Seguendo l'analisi baudrillardiana essi indicano un'azione di visibilità sull'oggetto che lo priva di ogni qualità seducente, riducendolo ad un'immagine dall'estetica pornografica. Seguendo Sontag, invece, è possibile rinvenire nell'immagine un tratto erotico, dato dall'effetto perturbante che genera sull'osservatore in ragione della sua indistinguibilità. Osservando l'immagine e tenendo conto della sua didascalia si potrebbe anche dire che la fotografia contorna il peperone in un perimetro di visibilità, sottraendolo dal suo contesto. Una caratteristica tipica di questo medium che getta la luce su alcune porzioni di mondo escludendo tutte le altre dalla conoscenza. L'orizzonte della scomparsa evocato da Baudrillard (1995) a proposito delle immagini tecnologiche è qui ribaltato: l'accumulo di immagini non soffoca il mondo, non lo sommerge dietro un tentativo sistematico di simulazione, ciò che determina la sua scomparsa è invece la specifica modalità in cui i media dell'audiovisivo circoscrivono il campo della propria osservazione, e in tal modo determinano un interno (conoscibile) e un esterno (imperscrutabile), attraverso la semplice selezione dell'obiettivo. Lo sguardo

focalizzato dei mezzi di comunicazione diviene lo sguardo attraverso cui l'osservatore conosce il mondo.

La didascalia della foto di Weston, *Pepper number 30*, è rivelatrice di tale caratteristica: l'osservatore che la legge è indotto a chiedersi cosa ne sia stato dei precedenti 29 scatti del peperone: essi sono frammenti di mondo perduti a causa della selezione fotografica, che ne ha impedito la visione. La fotografia e in generale i media visuali non producono sempre trasparenza, in molti casi si limitano a simularla mentre operano continuamente delle esclusioni, generando enormi zone d'ombra<sup>6</sup>. Lo si comprende bene analizzando le immagini gastronomiche: spesso le inquadrature mettono a fuoco gli alimenti, giocando continuamente con lo sfondo che scompare con la tecnica della sfumatura. L'alimento guadagna il primo piano, divenendo l'oggetto della visione, mentre tutto ciò che gli è accanto, viene sbiadito fino a divenire incomprensibile e insignificante. Questa particolare tecnica espositiva mette in luce una natura della camera, quella di operare un restringimento del mondo. Sembra paradossale, perché una delle caratteristiche dei media visuali è quella di mostrare la grande complessità della vita moderna (Vattimo 1989), conducendo il pubblico oltre gli spazi angusti del luogo fisico e della conoscenza diretta. I media sono delle finestre sulla diversità, sulla novità, sull'altro che non conosciamo. Eppure essi producono, contemporaneamente, una riduzione del mondo, operata arbitrariamente attraverso la messa a fuoco di interessi particolari e momentanei. I media visuali, a partire dalla fotografia, sono nati con l'intento inverso, quello di simulare la trasparenza (Elsaesser, Hagener 2007), mostrando la forza centrifuga delle sue rappresentazioni. Da qui l'interesse per le immagini di Instagram e la loro vocazione riduzionistica che tende però a moltiplicare le fonti, i punti di vista, le narrazioni del mondo. Un'esplosione condivisa di una moltitudine di individualità, esteticamente isolate, ma inserite nell'etica collettiva della partecipazione e della condivisione.

### **Dal food porn al food media**

Lo zoom sui dettagli tipico dei media visuali e il loro sguardo focalizzato, lasciano emergere un atteggiamento feticistico dei fruitori, inteso qui come la particolare modalità di vedere e di sentire di coloro che perdono di vista l'orizzonte complessivo perché attratti in maniera incondizionata solamente da un dettaglio, che assume senso in sé e non nella relazione con la scena. Come mostrano le analisi di Sontag, il particolare si fa talmente invadente da riempire lo schermo, fino a debordare dal frame, e rompe la naturale armonia dell'immagine completa, cioè l'immagine di un ordine delle cose. Il feticismo visuale è privato dell'ordine, vede in maniera de-formata: la sua visuale è ristretta su un dettaglio, una parte con la quale si crea uno strettissimo legame. La caratteristica forma della sua fruizione è assimilabile a quella dell'utente contemporaneo, che le tecnologie mettono nella condizione di disinteressarsi della totalità (un piatto, un film, una serie televisiva) per dedicarsi ai frammenti che lo coinvolgono intensamente. Questa modalità di vedere e di sentire inscritta nei meccanismi di funzionamento dei media moderni è riprodotto anche

dall'atteggiamento di una figura emblematica della dimensione digitale: il fan, che attraverso il proprio lavoro instancabile, prova a colmare lo iato tra sé e l'opera – si pensi alle pionieristiche riflessioni di Henry Jenkins (2006) sugli spoiler di *Survivor* o all'intensità della partecipazione dei fan di *Star Trek* descritta da Robert Kozinets (2016) – lavorando per un processo di avvicinamento psicologico e affettivo con l'oggetto di culto. Il fan ha uno sguardo focalizzato sulla propria passione e, grazie alle sue azioni e all'incessante accumulo di informazioni, diviene tutt'uno con essa. È in questo clima che si può ripensare la diffusione dell'espressione food porn nei termini di una mediatizzazione dell'esperienza gastronomica. Per farlo però, occorre concentrarsi sulle immagini culinarie attingendo alle rilevanti analisi della semiotica visuale in questo ambito per poi proporre una lettura mediologica del fenomeno.

Jacques Fontanille (2006), analizzando da un punto di vista semiologico le foto dei piatti realizzati dall'importante cuoco francese Michel Bras, sostiene che le immagini abbiano la prospettiva del commensale, di conseguenza esse mimano la reale collocazione spaziale del piatto e del suo consumatore, facendo assumere all'osservatore della fotografia lo stesso punto di vista. In questo modo, l'uomo che guarda e quello che mangia hanno la stessa posizione rispetto al pasto, e si crea una convergenza tra il consumo dell'immagine e quello del piatto. Per Fontanille, i due oggetti non sono sovrapponibili in virtù del fatto che la versione fotografica è un "artefatto di secondo grado" che opera una "riduzione" rispetto al suo referente perché ne semplifica la complessità sensoriale, riproponendolo nella sola dimensione visuale. Quello che il semiologo prova a sostenere è che la fotografia sia una rappresentazione della realtà, la riproduzione visuale di un prototipo reale. Quello che si sta provando a mostrare, invece, è che l'obiettivo fotografico prolunga e potenzia le facoltà dello sguardo, modificando conseguentemente l'oggetto osservato. La manipolazione dell'immagine non avviene solamente dopo lo scatto, in una fase di postproduzione, l'intervento autoriale è inscritto nello scatto, ovvero nel modo particolare in cui si arresta il tempo per estrapolarne un'immagine. Grazie alla fotografia, l'osservatore può cogliere degli aspetti che la fruizione dal vivo tiene nascosti, può cambiare prospettiva, può rendere immortale nella propria memoria la forma originaria di un piatto. L'oggetto fotografato non subisce alcuna riduzione, al contrario esso viene come rigonfiato tramite la giustapposizione di un secondo livello che ne potenzia le possibilità espressive. Sguardo e vista hanno una forte connotazione culturale, vale a dire che sono modellati dal medium che fornisce loro l'apparato tecnico simbolico attraverso cui vedere. Ogni tecnologia inaugura quindi una modalità di visione propria<sup>7</sup> e, allo stesso tempo, introduce un immaginario verso cui lo spettatore converge.

Se da un lato l'immagine fotografica celebra la potenza tecnologica dello sguardo moderno, dall'altra parte mostra un suo limite strutturale, quello della fissità del punto di osservazione. Di fronte al piatto tale fissità risulta in qualche modo superata, anzi, essa non è mai stata la postura abituale del consumatore, e lo è certamente meno da quando la televisione ha iniziato attraverso le sue riprese a esplorare il piatto, assumendo i tanti punti di osservazione consentiti dalla mobilità delle sue tecnologie, dalla regia e dal montaggio, che liberano il piatto dal giogo della cornice fotografica, trasformandolo in un processo, in una sostanza fluida: preparata, servita e consumata.

Per quando dissimili, fotografia e televisione convergono nell'effetto di spingere l'alimentazione verso una sua culturalizzazione. Ogni medium lo fa in base ai propri funzionamenti, applicando uno specifico filtro e restituendo, di conseguenza, immagini profondamente differenti. In entrambi i casi, però, l'immagine non è una falsificazione dell'alimento, essa è piuttosto da intendere come un velo che crea una indistinguibilità erotica tra il segno visuale e il suo referente. L'immagine di un alimento ha la stessa funzione che, secondo McLuhan, riveste la calza di seta sulla gamba di una donna: "la calza di seta a rete è molto più sensuale del nylon, perché l'occhio deve cooperare a riempire e a completare l'immagine, esattamente come nel mosaico dell'immagine televisiva" (1964, p. 39). Allo stesso modo, la fotografia di un piatto ne costituisce l'addizione, un surplus che induce a rivolgersi ad esso con maggiore attenzione. La foto agisce sul piatto come la vetrina sulla merce: essa crea una fantasmagoria in cui le merci acquisiscono una propria dignità e una vita, a prescindere dall'uso che ne verrà fatto. La vetrina isola la merce in un mondo di sogno (Codeluppi 2007) che prevede un duplice accesso: quello legato alla connessione visuale del passante con la merce esposta e quello di un più concreto atto di consumo. Allo stesso modo, la fotografia avvicina il suo fruitore al piatto – come intende dimostrare Fontanille – ma può essere anche un autonomo oggetto di consumo, che non necessita di un referente per sedurre chi la osserva.

Ciò significa che la merce alimentare e tutti gli elementi che la compongono hanno il valore di segni visuali enunciativi, ovvero acquisiscono capacità espressiva. In tal modo prende forma quel processo sociale che Baudrillard ha brillantemente descritto nelle sue analisi, ovvero quello del "sistema degli oggetti": nella società dei consumi, un prodotto alimentare e un qualsiasi altro oggetto acquisiscono la facoltà di esprimersi, di comunicare, a prescindere dal proprio consumatore. Ciò non accade solamente alle opere d'autore, come quelle di Michel Bras, in cui vi è una chiara intenzionalità espressiva, ogni oggetto ha una potenza comunicativa disseminata nelle tracce visuali che lo compongono. L'uso della parola "traccia" nelle analisi della semiotica visuale non è casuale, l'obiettivo è di riferirsi a un segno esistente, che deve essere individuato attraverso uno sforzo di comprensione. Non vi è nulla di immediato, di straordinariamente evidente nell'immagine di un alimento, tutto è nascosto e deve essere ricercato attraverso una congiunzione tra singolo consumatore e merce. È la caratteristica del gusto "plastico", ovvero la possibilità di un segno visivo di creare significati non immediatamente rinviabili a griglie di conoscenza pregresse<sup>8</sup>.

La potenza espressiva dell'oggetto non si rivolge contro il consumatore, non lo sovrasta, al contrario, essa è funzione della sua centralità nel processo produttivo. Se l'approccio semiotico ha avuto il merito di spostare l'attenzione sugli alimenti e la loro composizione per leggerli nei processi sociali, attraverso gli studi mediologici di Henry Jenkins (2006) è possibile integrare tale prospettiva. In particolare, l'idea di "prodotto transmediale" mette in discussione la distinzione tra l'oggetto e la sua immagine. Prese tutte insieme, le varie declinazioni di un piatto formano un "*transmedia storytelling*", ovvero una disseminazione dei differenti frammenti di una narrazione su più piattaforme, che mette al centro la nuova etica partecipativa delle reti, che ha pervaso gli utenti

contemporanei. La narrazione transmediale non è una semplice espansione dell'oggetto, un modo per farlo strabordare oltre il suo luogo di concepimento originario con l'intento di colonizzare nuovi territori e nuovi pubblici. Essa risponde a una complessificazione dell'oggetto narrativo, che può trovare nell'articolazione del panorama mediale contemporaneo e nella polifonia dei suoi linguaggi il luogo privilegiato per creare un "mondo narrativo" (Herman, 2002) ovvero una compenetrazione di forme espressive che si configura come movimento magmatico e non come forma chiusa e definitiva. Il concetto di mondo narrativo indica le potenzialità di un testo, la sua sterminata capacità di rigenerarsi e di espandere i propri confini, grazie alla quale la storia trova la possibilità di rinascere e di espandersi. Oggi, ogni fan può contribuire a scrivere o realizzare un tassello della narrazione, espandendo quindi il mondo narrativo di riferimento. È quello che accade al cibo e alle sue immagini: nell'ultimo decennio il cibo è divenuto un contenuto spalmlabile (*spreadable*) perché su di esso è possibile "imbastire una discussione", non un semplice chiacchiericcio fine a se stesso ma un flusso di parole che crea un secondo livello - e spesso anche il livello principale - dell'immagine originaria. Una conversazione innescata da un appiglio narrativo e, in virtù della sua spiccata natura partecipativa, mette in moto una enorme mole di conversazioni. La foto di cibo condivisa diviene immediatamente proprietà della comunità che riesce a coagulare e che, attraverso il suo lavoro narrativo, ri-crea la stessa foto, innescando un incessante meccanismo di condivisione. Il secondo aspetto è l'*agency* dei pubblici. Il loro ruolo è differente da quello previsto dai vecchi media broadcasting: non vi è una maggiore o minore "partecipazione" rispetto al passato ma una vera e propria *producerly* che riguarda sia il contenuto che i suoi diffusori (Jenkins, Ford, Green, 2013).

Pertanto, la condivisione delle immagini culinarie non può essere ridotta solamente a una mera spettacolarizzazione, come potrebbe lasciar intendere l'espressione food porn – che, come si è scritto, evoca principalmente l'esposizione degli alimenti. Il cibo, oggi, ha subito un processo di mediatizzazione che ne ha cambiato la forma, conferendogli una complessità nuova che può essere descritta pienamente con l'espressione "*food media*" (Rousseau, 2012). Un termine che sintetizza i processi di culturalizzazione e di mitizzazione che hanno coinvolto l'alimentazione moderna, evidenziando allo stesso tempo la vocazione comunicativa e partecipativa del cibo.

## Nota biografica

Insegna Processi culturali e comunicativi presso l'Università di Macerata e Sociologia dei media presso la Libera Università di Lingue e Comunicazione IULM, dove svolge attività di ricerca sul rapporto tra gastronomia e industria culturale, sulle pratiche amatoriali in rete e sulle evoluzioni del linguaggio televisivo. È membro del centro di ricerca internazionale ATOPOS de l'Universidade de São Paulo (ECA-USP) e del Centre d'Études sur l'Actuel et le Quotidien (CEAQ) di Parigi. Il suo ultimo libro è *Abitare la TV. Teorie, immaginari, reality show* (Milano 2017).

## Bibliografia

- Barthes, R. (1957). *Mythologies*. Editions du Seuil, Paris; trad. it. (1994) *Miti d'oggi*. Einaudi, Torino.
- Barthes, R. (1961). Pour une psychosociologie de l'alimentation contemporaine. *Annales ESC XVI* (5), Paris, pp. 977-986.
- Barthes, R. (1980). *La Chambre claire*. Gallimard-Seuil, Paris; tr. it. (2003) *La camera Chiara. Note sulla fotografia*. Torino: Einaudi.
- 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. (1979). *De la seduction*. Paris: Galilée; trad. it. (1985). *Della Seduzione*. Milano: ES.
- Baudrillard, J. (1995). *Le crime parfait*. Paris: Galilée; trad. it. (1996) *Il delitto perfetto*. Milano: Raffaello Cortina
- Benjamin, W. (1936). *Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit*. Suhrkamp Verlag; Frankfurt am Main; trad. it. (2000) *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica*. Torino: Einaudi.
- Codeluppi, V. (2015). *Mi metto in vetrina*. Udine: Mimesis.
- Codeluppi, V. (2007). *La vetrinizzazione sociale*. Torino: Bollati Boringhieri.
- Coward, R. (1984). *Female Desire: Women's Sexuality*, Londra.
- Elsaesser, T., Hagener M. (2007). *Teoria del film*. Torino: Einaudi 2009.
- Finkelstein, J. (2014). *Fashioning Appetite: restaurants and the making of modern identity*. London-New York: I.B. Tauris & Co.
- Flichy, P. (2011). *Le Sacre de l'amateur*. Paris: Le Seuil; trad. it. (2014) *La società degli amatori*. Napoli: Liguori.
- Fontanille, J. (2006), À deguster des yeux. Notes sémiotiques sur la 'mise en assiette'. À propos de la cuisine de Michel Bras. *Visible*, 1, 195-216.
- Gumbrecht, H. G. (2006). *In Praise of Athletic Beauty*. Cambridge, MA: Harvard University Press trad. it. (2015) *In lode della bellezza atletica*. Roma: Luca Sossella Editore.
- Han, B. C. (2012). *La società della trasparenza*. Roma: Nottetempo 2014.
- Herman, D. (2002). *Story Logic. Problems and Possibilities of Narrative*. Lincoln: University of Nebraska Press.
- Lindenfeld, L., Parasecoli, P. (2016). *Feasting Our Eyes: Food Films and Cultural Identity in the United States*. New York: Columbia University Press.
- Mangano, D. (2014). *Che cos'è il food design*. Roma: Carocci 2014.
- Manovich, L. (2016). *Instagram and Contemporary Image*.
- Marrone, G. (2015) (a cura di). *Buono da pensare. Cultura e comunicazione del gusto*. Roma: Mimesis.
- Marrone, G. (2014). *Gastromania*. Bologna: Bompiani.
- Marrone, G. (2013). Livelli di senso: dal gustoso al saporito. *E/C*, n.17.
- McBride, A. E. (2010). Food Porn. *Gastronomica*, 1, 38-46.

- McLuhan, M. (1964). *Understanding Media: The Extensions of Man*. New York: McGraw-Hill; trad. it. (2008). *Gli strumenti del comunicare*. Milano: Il Saggiatore.
- Mejova, Y. Abbar, S. Haddadi, H. (2016). *Fetishizing Food in Digital Age: #foodporn Around the World*. Preso da <http://arxiv.org/abs/1603.00229>
- Jenkins, H., Ford, S., Green, J. (2013), *Spreadable food*. NY: New York University Press.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture*. New York and London: New York University Press, trad. it. (2007) *Cultura convergente*. Milano: Apogeo.
- Kozinets, R. (2016). *Il culto di Star Trek*. Milano: Franco Angeli.
- Perullo, N. (2016). *Il gusto come esperienza*. Roma: Giunti.
- Pinotti, A., Somaini A. (2016). *Cultura visuale*. Torino: Einaudi.
- Rousseau, S. (2012). *Food media: Celebrity Chefs and the Politics of Everyday Interference*. Oxford: Berg Publishers.
- Schivelbusch, W. (1977). *Geschichte der Eisenbahnreise*, Frankfurt am Main; trad. it. (1988) *Storia dei viaggi in ferrovia*. Torino: Einaudi 1988.
- Sontag, S. (1977). *On Photography*. New York: Farrar, Straus and Giroux; trad. it. (2004) *Sulla fotografia*. Torino: Einaudi.
- Stagi, L. (2004). *Food porn*. Milano: Egea.
- Teti, V. (2015). *Fine pasto. Il cibo che verrà*. Torino: Einaudi.
- Vagni, T. (2017). *Abitare la TV. Teorie, immaginari, reality show*. Milano: Franco Angeli.
- Vagni, T. (2016). *Gastronomia e industria culturale in Italia*, in Polesana M., *La società italiana. Cambiamento sociale, consumi e media*. Milano: Guerini Next, pp. 93-106.
- Vagni, T. (2015). *EXPO 2015: La decrescita da utopia a stile di vita*, in Abruzzese, A., Massidda, L. (a cura di), *EXPO 1851-2015: storie e immagini delle Grandi Esposizioni*, Torino: UTET, pp. 469-477.
- Vattimo, G. (1989). *La società della trasparenza*. Milano: Garzanti.

## Note

1 In ambito gastronomico, l'associazione tra cibo e cultura rinvia a questioni di tipo antropologico. In questo saggio, invece, si fa riferimento al cibo come oggetto culturale e/o come ambito culturale.

2 Mi permetto di rinviare alla mia analisi sulla nascita di una sensibilità della cucina come esperienza estetica *La decrescita da utopia a stile di vita*, in cui provo a spiegare come l'insorgenza di una cucina votata al piacere e non alla nutrizione abbia la sua matrice nel IV sec. a.C. negli scritti e nelle pratiche di Archestrato da Gela.

3 Esistono alcuni altri macro generi, sebbene meno rilevanti, di foto considerate dagli utenti di Instagram come food porn; le immagini di alimenti talmente curati da sembrare artificiali e le immagini di alimenti voluttuosi.

4 In particolare Mario Perniola, *Transiti. Filosofia e perversione*, Castevecchi, Roma, 1998 e, più recentemente, Byung-Chull Hann, *La società della trasparenza*, Nottetempo, Roma, 2015.

5 Su questa particolare modalità espressiva della fotografia si veda il fondamentale saggio di McLuhan nel suo *Gli strumenti del comunicare*.

6 Nell'ambito della *Communication research*, si pensi, solo a titolo esemplificativo, alla teoria dell'agenda setting, che svela questo particolare funzionamento dei media moderni, e in particolare della televisione.

7 Sul rapporto tra i media e l'occhio uno dei primi e più importanti studi è quello di Wolfgang Schivelbusch, *Storia dei viaggi in ferrovia*, Einaudi, Torino, 1988. Lo studioso tedesco formula l'idea che i viaggi in treno producano uno "sguardo panoramico", ovvero uno sguardo modellato su un'esperienza di visione fino ad allora sconosciuta: il rapido avvicinarsi del panorama e la conseguente stimolazione sensoriale fanno della visione in movimento una novità a cui l'uomo deve adattarsi, producendo uno sguardo che tende a sorvolare sui dettagli per concentrarsi sulla visione d'insieme.

8 Sulla distinzione tra figuratività e plasticità del gusto in ambito gastronomico si veda G. Marrone, "Livelli di senso: dal gustoso al saporito", *E/C*, n.17, 2013.

## Dell'orgia e della seduzione. Baudrillard come precursore del pensiero post-human\*

Alfonso Amendola\*\*, Vincenzo Del Gaudio\*\*\*, Mario Tirino\*\*\*\*<sup>1</sup>  
Università di Salerno

The theoretical center of Baudrillard's thought is a sort of map that lets understand postmodern. Our work investigates this concept in relation to post-human thought. Is Baudrillard a prophet of post-human thought? The sense of this statement hides in the concepts of orgy and seduction. These matters are central to understand Baudrillard's relationship with the post-human: The concept of orgy can be used as a model of categorical post-humanism. With orgy the modern categories come to fruition, especially the human category. With seduction, instead, we think of a post-humanity linked to a biological and anatomical overcoming. Seduction, with its sexual reversibility, implies the overcoming of bios concept. Finally, through the study of paradigmatic film *Paprika*, our work tries to understand the consequences of these two concepts on the contemporary mediascape.

**Keywords:** Orgia, Seduzione, Post-Human, Post-biology, Overload.

### Sulla natura della mappa (un pensiero geografico)

Il pensiero di Baudrillard si determina come un pensiero geografico che cerca di mappare alcune zone dell'esperienza del reale; seziona lo spazio, lo definisce, ne traccia confini e coste attraverso alcune *parole chiave* che fungono da carte d'orientamento (Baudrillard, 2000; Smith, 2010). Tali mappe posso essere lette nella loro interezza relazionale, cioè a partire dalla relazione che i diversi concetti intrattengono tra loro, ma, allo stesso tempo, a partire dal singolo concetto e dalla posizione che questo tiene all'interno del cosmo del pensiero del sociologo francese. Nel secondo caso è possibile isolare singoli concetti in modo da percorrerne la genesi e lo sviluppo in diverse direzioni. A tal proposito è lo stesso autore nella nota introduttiva di un testo programmatico come *Parole chiave* ad utilizzare il viaggio come metafora produttiva per la comprensione del suo pensiero. Questa metafora implica sempre l'ancorare le parole chiave/carte geografiche alla società che le produce: "Per leggere quest'opera bisogna mettersi nelle vesti di un viaggiatore immaginario che si imbatte in questi scritti come se fossero un manoscritto dimenticato e che, in mancanza di altri documenti, deve sforzarsi di ricostruire la società che essi descrivono" (Baudrillard, 2002, p. 3). Il senso del viaggio è legato al lavoro dell'esploratore che si avventura in spazi

---

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

\*\* Email: [alfamendola@unisa.it](mailto:alfamendola@unisa.it)

\*\*\* Email: [v.delgaudio@hotmail.it](mailto:v.delgaudio@hotmail.it)

\*\*\*\* Email: [mario.tirino@gmail.com](mailto:mario.tirino@gmail.com)

ignoti al fine di tracciare mappe e carte, di ridurre l'ignoto al noto; tale operazione però deve stare attenta a ripercorrere i concetti tenendo presente che essi, lungi dall'essere concetti astratti, fanno riferimento a un orizzonte sociale definito che in essi è sempre ricostruibile. In questo modo, come ha intuito Richard Smith, una volta che le mappe vengono tracciate e definite all'interno di un complesso orizzonte sociale, esse possono essere attraversate e percorse in diverse direzioni per ricostruire l'esperienza teorica baudrillardiana. "These 'passwords' function as paths, passageways or 'shifters' that enable the reader both to trace specific arguments, concepts, developments, positions and themes back and forth through Baudrillard's *oeuvre*, and to appreciate how Baudrillard's words are 'passers' or vehicles of ideas' as they 'metaphorize and metabolize into one another by a kind of spiral evolution'" (Smith, 2010, p. 3). Questo lavoro intende indagare due di questi plessi semantici, di queste carte/concetti, con gli strumenti della sociologia dei processi culturali e della mediologia, al fine di verificarne la tenuta teorica e di mostrare come possano essere usati come bussola per rapportare il pensiero del sociologo francese con il pensiero post human (Abruzzese, 2003, 2011, 2015; Braidotti, 2014; Farci, 2012; Frezza, 2015; Fukuyama, 2002; Haraway, 1991; Lucci, 2016; Pireddu, Tursi 2006). In questa prospettiva, l'intento è quello di leggere il pensiero baudrillardiano come precursore, visionario, degli ultimi studi sull'essenza dell'umano e il suo tramonto, in particolare a partire da due diverse articolazione del post-umanesimo. Nel *corpus* di scritti del sociologo francese non viene mai usata la parola post-human anche se il pensiero postumano vede la propria luce in un periodo in cui l'attività baudrillardiana è febbrile. Ma, almeno apertamente, il sociologo non sembra interessarsi al concetto di postumano. Dunque se il postumano, come campo di studi sull'essenza e sulla tenuta delle categoria dell'umano, è coevo all'ultima fase del lavoro di Baudrillard in che senso bisogna pensare a quest'ultimo come ad un precursore? Il pensiero di Baudrillard è disseminato, fin dai suoi albori, dalla fine degli anni Sessanta del Novecento, dal tentativo di ripensare le categorie moderne e rimetterle in relazione con i cambiamenti sociali; in tale ripensamento tanti dei concetti di Baudrillard lavorano intorno alla categoria di umano. Quindi, anche se il termine postumano non compare mai nel cosmo degli scritti baudrillardiani, esso, a nostro modo di vedere, funziona come un motore nascosto che ne determina il funzionamento e la prospettiva. I concetti/mappa che abbiamo deciso di prendere in considerazione sono l'orgia e la seduzione. Entrambi, da una posizione diversa, sembrano spingere al dover pensare un modello alternativo della categoria di umano che si muove in due diverse direzione: una *categoriale* e una *anatomico/biologica*. L'orgia e la seduzione, da questo punto di vista, possono essere usati come concetti cardine per mostrare il fondo post-umano del pensiero baudrillardiano.

Per concludere fin dalla fine degli anni Sessanta, uno dei motivi di grande interesse del pensiero di Baudrillard è legato all'interesse del sociologo francese per l'industria dei consumi e in particolare alla produzione di significato all'interno dei media (Amendola, 2009; Codeluppi, 1987, 2013, 2017). A questo proposito la nostra analisi si muove su due binari che vengono sviluppati separatamente soltanto per comodità di argomentazione ma che devono essere pensati insieme: da un lato, l'orizzonte teorico dentro il quale i concetti di orgia e seduzione prendono vita e, dall'altro, il loro significato all'interno del panorama

mediale contemporaneo, determinato dai media digitali e dalla loro pervasività. Proprio perché orgia e seduzione non sono solo due concetti astratti, essi hanno una ricaduta all'interno di oggetti sociali e produzioni medialità contemporanee che non possono essere isolate; come ha notato Francesco Proto (Proto, 2003, 2017), nonostante il pensiero baudrillardiano abbia una grossa vocazione teorica, esso è sempre legato ad un punto di partenza che è anche un punto di arrivo oggettuale, cioè riferito ad alcuni oggetti specifici della produzione culturale contemporanea. In ultima analisi, quindi, è giusto misurare la tenuta teorica dei due concetti/mappa ma essa deve tenere presente sempre la ricaduta oggettuale di tali concetti, cioè la loro ricaduta all'interno del *mediascape* contemporaneo.

## **Dell'orgia: il postumano e l'esaurimento delle categorie del moderno**

Il concetto di orgia, rispetto ad altri concetti che sembrano più centrali e compaiono in modo molto più massiccio nel cosmo di pensiero di Baudrillard, è un concetto/mappa complesso che potremmo definire liminale. Infatti esso compare principalmente in due occasioni all'interno del corpus di scritti baudrillardiani, nel 1987 in un testo preparatorio ad alcune conferenze che il sociologo francese terrà negli Stati Uniti e tradotto con il titolo di *Verso il vanishing point dell'arte* (Baudrillard, 1997) e che si basa principalmente sulla rielaborazione di un articolo pubblicato sulla rivista *Artform* nel 1983 (Baudrillard, 1983) per trovare una elaborazione più sistematica nel saggio del 1990 *La trasparenza del male* (Baudrillard, 1991) e in particolare nel primo paragrafo intitolato *Dopo l'orgia*<sup>2</sup>. In entrambi i testi il concetto di orgia viene declinato come qualcosa di già accaduto con cui fare i conti, come un concetto che fa riferimento ad una sorta di compimento logico-categoriale. Per Baudrillard l'orgia è il momento culminate del pensiero moderno e delle sue categorie razionali. Curiosamente la definizione che il sociologo dà del concetto è la stessa in entrambi i testi, segno di una riflessione che si muove in continuità tra i temi dell'arte trattati nel primo testo e i temi dello sviluppo della società trattati nel secondo; in questo modo è chiara la strategia baudrillardiana di ancorare la riflessione teorica a oggetti sociali e culturali definiti da cui tale riflessione prende le mosse e, con un movimento circolare, ad essi ritorna. Per Baudrillard l'orgia è: tutto il momento esplosivo della modernità, quello della liberazione in tutti i campi. Liberazione politica, liberazione sessuale, liberazione delle forze produttive, liberazione delle forze distruttive, liberazione della donna, del bambino, delle pulsioni inconse, liberazione dell'arte. Assunzione di tutti i modelli di rappresentazione, di tutti i modelli di anti-rappresentazione. È stata un'orgia totale di reale, razionale, di sessuale, di critica e di anti-critica, di crescita e di crisi di crescita. Abbiamo percorso tutti i sentieri della produzione e della sovrapproduzione virtuale di oggetti, di segni, di messaggi, di ideologie e di piaceri (Baudrillard, 1991, p.9; Baudrillard, 1997, p. 26).

L'orgia porta a compimento le categorie razionali della modernità, è un momento temporale – che il sociologo identifica tra la fine degli anni Sessanta e gli anni Settanta del Novecento – ma allo stesso tempo è un momento logico in cui le categorie della

modernità, arrivate al proprio apice, deflagrano, aprendosi “alla commutazione incessante, e quindi all’indeterminazione crescente e al principio di incertezza” (Baudrillard, 1991, p. 10). Cioè le categorie filosofiche e sociali della modernità, secondo Baudrillard, perdono presa sul reale che, in quanto categoria logico-ontologica, è esso stesso diluito, nel movimento di liberazione che l’orgia implica (Baudrillard, 1981,1996, 2008, De Concilis, 2009). Quello della sparizione del reale è un tema che percorre in maniera preponderante l’intera opera del sociologo francese, ma che, all’interno dell’orizzonte del concetto di orgia, assume una determinazione teorica determinante. In questi termini, se le categorie della modernità, con la loro pervasività, vanno incontro a un principio di indeterminazione, Baudrillard chiarisce che tali categorie non soltanto perdono di presa sulla costruzione sociale di un universo simbolico, bensì esse, nel mutare, provano a cancellare le tracce del loro passaggio, tracce sempre più irreperibili e nascoste: “In questo modo ogni categoria passa attraverso una transizione di fase in cui la sua esistenza si diluisce in dosi omeopatiche, quasi infinitesimali nella soluzione d’insieme, nella soluzione d’insieme, fino a svanire per lasciare una traccia irreperibile come nella memoria dell’acqua” (Baudrillard, 1991,p. 15). In questo contesto una delle categorie che giunge a compimento, in quanto categoria prettamente moderna, come ha intuito Davide Tarizzo (2010) sulla scorta di Foucault (1967), è la categoria di “umano”. Ma come bisogna intendere la categoria di umano e che relazione essa intrattiene con la categoria di moderno? “Ma cos’è moderno? Moderno è l’uomo, o meglio l’umanità, concepita come soglia di positività epistemica” (Tarizzo. 2010, p. 3). Seguendo Foucault, la categoria di umano, intesa in chiave antropologica, cioè intesa come plesso semantico in cui sorge la domanda intorno alla natura ontologica dell’umano e da essa scaturisce un suo riposizionamento razionale nel mondo, dispiega il significato stesso della modernità, ne funge da innesco. Lo stesso Foucault spiega come l’antropologia, come campo di studi in cui nasce l’umano, rappresenti il grande sogno e sonno della modernità: “l’antropologia, in quanto analitica dell’uomo ha avuto, senz’altro, una funzione costituente del pensiero moderno, dal momento che in gran parte non ne siamo ancora staccati” (Foucault 1967: 366); tale sonno è il sonno di un uomo che attraverso le categorie della ragione si mette al centro del mondo. Il primo modello di postumanità che Baudrillard sembra mettere in gioco, e che sembra trovare nella filosofia di Foucault un’interlocutrice decisiva, come del resto sarà per molti temi del cosmo baudrillardiano (Baudrillard. 1977, 1979, 1997; De Concilis. 2017; Nabli. 2015; Schlegel. 2008), è una sorta di postumanità categoriale: se le categorie del moderno hanno come innesco e fulcro la categoria di umano, intesa come spazio di riflessione e fondazione della posizione dell’uomo nel cosmo, e giungono a compimento e collassano fino a diluirsi in *dosi omeopatiche*, per fare in modo che queste collassino c’è bisogno che collassi la categoria che le ha generate. D’altronde per Baudrillard l’orgia è già avvenuta e la domanda decisiva che è disseminata in entrambi i testi, quasi come un’ossessiva salmodia, non è tanto quale sia il significato dell’orgia, che per il sociologo francese oramai è per così dire manifesto, quanto “cosa fare dopo l’orgia?” (Baudrillard, 1991. p. 9; Baudrillard, 1997, pp. 27, 34, 35). Per Baudrillard la risposta è legata al rapporto tra corpo e tecnologia, tra linee di soggettivazione e universo mediale, tra corpo e media. Il sociologo francese a questo punto chiarisce: “Non possiamo far altro che

simulare l'orgia e la liberazione, far finta di andare nella stessa direzione accelerando, ma in realtà noi acceleriamo nel vuoto perché tutte le finalità della liberazione sono già dietro di noi. [...] che fare allora? È questo lo stato di simulazione, quello in cui possiamo solo rimettere in gioco tutti gli scenari perché hanno già avuto luogo – realmente o virtualmente” (Baudrillard, 1991, pp. 9-10; Baudrillard, 1997, p. 27). Il simulare la liberazione implica un passaggio che va dalla produzione alla riproduzione: “Noi viviamo nella riproduzione indefinita di ideali, di fantasmi, di immagini, di segni che sono dietro di noi ma che dobbiamo tuttavia riprodurre in una specie di indifferenza fatale” (Baudrillard, 1997, p. 27). Tale passaggio impone un riposizionamento da parte dell'umano, significa ripercorrere le tappe della macchina antropologica (Agamben, 2002) che fatalmente è destinata a girare a vuoto “in un'auto-riproduzione all'infinito” (Baudrillard, 1991, p. 12) senza contenuto. La simulazione riproduce le categorie della modernità iscrivendole in un movimento che gira a vuoto; in tale movimento sono le categorie dell'umanesimo a girare a vuoto (Abruzzese, 2003) una volta inserite all'interno della “placenta dei consumi” (Abruzzese, 2014, p. 196). Le categorie si sovrappongono in una sorta di *overload comunicativo* che riproduce il processo ma è sempre privo di contenuto: “Con una certa prospettiva possiamo dire che il culmine ineluttabile è quello di formare ed alimentare le reti. Le cose liberate vengono consegnate ad una commutazione incessante e per questo all'indeterminazione crescente, e al principio di incertezza” (Baudrillard, 1991, p. 10).

Insomma, dopo l'orgia, per Baudrillard, le categorie del moderno deflagrano per eccesso, collassano in quanto raggiungono uno stato di sovraccarico. In questi termini il *postumanesimo categoriale* che l'*overload* legato all'orgia presuppone non è da intendersi nei termini di un superamento (Farci, 2012, p. 19) quanto piuttosto di un potenziamento, che fatalmente finisce per deflagrare su se stesso.

I due testi si chiudono su due immagini diverse ma in qualche modo complementari: “ho dimenticato di dire che questa espressione, 'after orgy', è tratta da una storia essa pure illuminata e piena di speranza, poiché è quella di un uomo che mormora all'orecchio di una donna durante un'orgia: 'What are you doing after the orgy?'” (Baudrillard, 1997, p. 35); “l'immagine dell'uomo seduto che contempla, in un giorno di sciopero, lo schermo vuoto del suo televisore, potrà valere un giorno come una delle più belle immagini dell'antropologia del XX secolo” (Baudrillard, 1991, p. 20). Nel testo del 1987, Baudrillard chiude su un'immagine emblematica che implica un rovesciamento dove ormai tutte le categorie sono consumate, non è più possibile immaginare un dopo ma solo il consumarsi per eccesso dei rapporti. L'uomo non chiede alla donna: “cosa fai dopo cena?” o “cosa fai dopo la festa?”. In un universo in cui tutto si è consumato anche i rapporti sociali sono soggetti alla simulazione e al vuoto; rimane il problema del dopo, del cosa fare dopo che tutto è consumato: “Cosa fare dopo l'orgia?”. Allo stesso modo, nel testo del 1990, Baudrillard sembra guardare oltre l'orgia; l'uomo intento a fissare un televisore vuoto è l'uomo che vive il tempo dell'*overload*, il quale, ancora una volta per eccesso, non può che condurre al silenzio, quello stesso silenzio che è “bandito dagli schermi e dalla comunicazione” (Baudrillard, 1991, p. 19) contemporanea, come l'uomo dell'orgia che dopo vede solo macerie: “Ebbene, il silenzio è appunto questa sincope nel circuito, questa leggera catastrofe, che in televisione [...] diventa altamente significativo – rottura carica al

contempo di angoscia e di giubilo, che verifica il fatto che tutta questa comunicazione è in fondo soltanto uno scenario forzato, una fiction ininterrotta che ci dispensa dal vuoto, dal vuoto dello schermo” (Baudrillard, 1991, p. 20). Ma quel vuoto è il segno distintivo dell’universo dopo l’orgia.

## Della seduzione: Postumanesimo e anatomia

Il concetto di orgia determina un panorama dove le categorie del moderno vanno in overload. Tra queste, oltre alla categoria di umano, ad essere messa in discussione è la categoria di vita (βίος) che, ancora secondo Foucault, viene creata in epoca moderna insieme ad una scienza sulla vita, la biologia, e al potere se ne fa carico (biopolitica) (Foucault, 1966, 1978, 1998; Tarizzo, 2010). Il concetto chiave che ragiona intorno alla categoria di vita all’interno dell’universo baudrillardiano è il concetto di seduzione (Baudrillard, 1997; Santrac, 2005; Hegarty, 2004; Costantino, Damasio, 2017; Gane, 2000; Hunter, 1989). A differenza del concetto di orgia, il concetto di seduzione sin dall’uscita, nel 1979, *Sulla seduzione* (Baudrillard, 1997), trova un posto saldo nelle analisi della società condotte da Baudrillard.

Con universo della seduzione intendo ciò che si pone in radicale antitesi all’universo della produzione. Non si tratta di creare le cose, di fabbricarle, di produrle per il mondo del valore, ma di sedurle, cioè di deviarle da questo valore, quindi dalla loro identità, dalla loro realtà, per volgerle verso il gioco delle apparenze, verso ciò che chiamiamo scambio simbolico (Baudrillard, 2002, p. 27).

In prima istanza, Baudrillard sembra inserire la seduzione in un processo dialettico con il concetto di produzione; essa è un dispositivo che non produce ma piuttosto perverte il valore ed è al centro del meccanismo dello scambio simbolico (Baudrillard, 1979). In altri termini, la seduzione implica un sorta di perversione del segno. Come lo stesso Baudrillard avverte: “*se-ducere* significa condurre in disparte, far deviare dalla propria strada” (Baudrillard, 1997, p. 31). In seconda istanza, la seduzione ha a che fare con il concetto di femminile – “la potenza del femminile è appunto quello della seduzione” (Baudrillard, 1997, p. 17) – ma esso deve essere “inteso al di fuori dell’opposizione maschile/femminile” (Baudrillard, 1997, p. 17). Questo significa pensare alla seduzione a partire da un modello femminile che non si determina come momento di opposizione al maschile, ma piuttosto si basa sull’attacco a tale logica duale. In questo senso la strategia di Baudrillard è quella di pensare alla seduzione come uno spazio di incertezza: “Essa fa vacillare i poli sessuali. Non è il polo opposto al maschile, è quel che abolisce l’opposizione distintiva, e quindi la stessa sessualità come si è incarnata storicamente” (Baudrillard, 1997, p. 21). Infine, la seduzione implica un principio di *reversibilità*, cioè essa rende il segno sempre reversibile, in cui il segno non è mai stabile ma sempre passibile di rovesciamento e perdita di senso e di valore. A partire da tale concezione la seduzione apre ad una indistinzione di sorta dei sessi; a questo proposito, Baudrillard ammonisce che il femminile non va inteso come sesso, “ma come forma trasversale di ogni sesso, di ogni potere, come forma segreta e

virulenta dell'a-sessualità” (Baudrillard, 1997, p. 25). La seduzione implica dunque un principio di reversibilità sessuale tra maschile e femminile, intesi in “forma fisiologica” (Baudrillard, 2002, p. 29), mina il principio di dualità dei sessi, che a sua volta implica, e definisce un modello di *bios*. Il superamento dell'identità sessuale va verso la messa in discussione del concetto di *bios* fondato sulla struttura duale dei sessi e sul principio procreativo alla base dell'accoppiamento. Seguendo Baudrillard, se “nessun sesso è certo del proprio fondamento” (Baudrillard, 2002, p. 29), allora la loro dialettica non può essere pensata come fondamento del *bios*; in questo senso, la seduzione seduce il *bios*, ne mina il funzionamento epistemologico e sociale. Sembra a questo punto che Baudrillard ripensi dall'interno la logica del *bios*, non tanto opponendolo al concetto di *zoé* come del modello del postumanesimo braidottiano (Braidotti, 2014), quanto a partire da una logica in cui i principi oppositivi diventano fluidi e irrilevanti, al fine non soltanto dell'individuazione sessuale e identitaria, quanto ai fini della produzione da parte del *bios* dell'*antropos*. Il femminile della seduzione, quindi, oltre ad opporsi alla produzione basa il proprio funzionamento su una dialettica trina in cui l'altro termine in opposizione è il concetto di umano inteso come prodotto epistemologico-culturale del *bios*. Il funzionamento di tale dialettica è ambigua e sfuggibile in quanto il femminile “gioca” continuamente con i segni – “la seduzione è un gioco, il sesso una funzione (Baudrillard, 1997, p. 30) – li defunzionalizza in chiave ironica (Latouche, 2016). La dialettica a questo punto gira sempre a vuoto; il suo movimento è un falso movimento, che, nel tentativo di portare a termine un compito e perseguire uno scopo, quel compito e quello scopo derealizza. L'*antropos*, il fondamento della logica di produzione dell'umano, si trova sempre spiazzato, non riesce a fondare il proprio dominio, a raggiungere il proprio scopo, ironicamente messo sotto scacco dalla reversibilità del femminile.

Inoltre, Baudrillard pensa la seduzione come uno spazio in cui il travestimento diventa strumento seducente, che apre l'*ellittica dei sessi*; il travestimento e il travestitismo sono lo spazio dentro il quale si instaura la reversibilità, l'impossibilità di costruzione della dialettica non soltanto sessuale ma l'istituzione dialettica del valore del segno (Baudrillard, 2010; Genosko, 1994): “Qui invece i segni se ne separano, non vi è nessun sesso, propriamente parlando [...] tutto è trucco, teatro e seduzione” (Baudrillard, 1997, p. 21). L'analisi del travestitismo è esemplare per comprendere appieno il modello seduttivo: in esso una “donna/non donna” apre alla teatralizzazione del genere sessuale, ad un suo modello performativo (Butler, 1988), in cui lo spazio sessuale è sempre uno spazio performativo, aperto alla reversibilità, un teatro in cui la dialettica dei sessi scompare per lasciar posto ad un gioco in cui “non ci sono più termini da pervertire, ci sono solo segni da sedurre” (Baudrillard, 1997, p. 22). In questi termini il pensiero sul travestitismo e sul travestimento che Baudrillard mette in campo a partire della seduzione sembra avvicinarsi al modello proposto da Judith Butler in *Performance Act and Gender Constitution* (Butler, 1988), dove la costruzione del genere viene concepita su base drammatica piuttosto che biologica. Per Butler performare il genere significa “che il corpo non è solo materia ma una continua e incessante materializzazione di possibilità” (Butler, 1988, p. 522). In questo senso la costruzione dell'identità di genere si muove sempre su di un crinale teatrale ed è sempre reversibile: “usa il trucco e il teatro come ostentazione rituale e parodistica”

(Baudrillard, 1997, p. 27); si basa su di una sessualità di natura procedurale e processuale, post-umana in quanto mina il principio anatomico del corpo; delegittima, a partire da una vera e propria demolizione del genere di natura ironica (Kauffman, 1998), la presa del biologico. Tale processo si basa sul ripensamento in chiave *inanatomica* della sessualità: la seduzione si radica nel punto di pressione dell'anatomia, ne rovescia il regno, ne mina la centralità e unitarietà. Dallo spazio di rottura della catena biologica e umanista deriva la frattura che si instaura rispetto ad un modello anatomico in cui il corpo è oggetto e la gerarchizzazione delle sue parti funge da modello distintivo della sua definizione. La seduzione rompe la gerarchizzazione del corpo; pensando al genere sessuale in chiave performativa mina la centralità e la compattezza del corpo stesso sul quale si fonda la sua natura oggettuale ed anatomica. La seduzione mina il principio anatomico, della "anatomia come destino. 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). Questo perché la seduzione rifiuta le logiche dialettiche e binarie, funziona come un pendolo che oscilla sempre tra le parti, tra i concetti in relazione, implica sempre la reversibilità di ogni concetto, non gioca "l'essere contro l'essere, la verità contro la verità" (Baudrillard, 1997, p. 20), quanto piuttosto gioca a pervertire ogni distinzione a partire da quella sessuale. L'anatomia come destino per Baudrillard, seguendo Freud, è la naturale conseguenza dell'ellittica dei sessi, ne scandisce il funzionamento: "La seduzione [...] non deve dimostrarsi, non deve fondarsi, è immediatamente là, nel rovesciamento di ogni pretesa profondità del reale, di ogni psicologia, di ogni anatomia, di ogni verità, di ogni potere. La seduzione sa, ed è il suo segreto, che *non c'è anatomia* [...] che tutti i segni sono reversibili" (Baudrillard, 1997, p. 20).

La seduzione ridefinisce lo spazio; lo ridetermina pervertendo tutti i segni, entrando nel cuore del *bios* e dell'*antropos* e destituendone la centralità, riconoscendoli come segni tra segni, forme storico-culturali tra le altre, aprendo così ad un'idea di *postumanità post-biologica e post-anatomica*; dopo la posizione del *bios* non determina più l'unicità dell'*antropos*. In questi termini ci sembra di poter dire che il modello baudrillardiano apra ad alcune delle posizioni generate all'interno del cosiddetto pensiero post-human; che se, da un lato, attraverso l'orgia si possa pensare ad un modello che faccia riferimento alla posizione delle categorie del moderno, e di conseguenza al loro funzionamento all'interno dell'universo mediale contemporaneo, dall'altro, attraverso la seduzione, ripensi alla natura del *bios* e del corpo come campi di battaglia dove si gioca la partita del rapporto tra società e tecnologia, al fine di ridefinire i confini, le coste e i modelli di quella che fino a ieri abbiamo chiamato umanità.

## Orgia, seduzione e mediascape contemporaneo

Concentrandoci sulla inestricabile connessione tra umano e tecnologico, possiamo concepire il postumano come condizione antropologica del soggetto nell'era digitale (Scheer, 2012). Baudrillard ha manifestato particolare attenzione a fenomeni connessi al

pensiero post-human (digitale, realtà virtuale, transessualità, intelligenze artificiali, clonazione). Nell'epoca digitale assistiamo al superamento del simbolico, dell'alterità e della singolarità dell'umano da parte della simulazione e della tecnologia. La riflessione di Baudrillard su temi centrali per la condizione postumana, ricca di prospettive in riferimento ai concetti di orgia e seduzione, è pervasa dal timore di una perdita dell'alterità radicale dell'umano e dell'ambiguità del reale, sostituiti dal clone e dalla copia prodotti dal processo di simulazione.

Per il concetto di seduzione, è opportuno richiamare il lavoro di Toffoletti (2007) sul collegamento tra Baudrillard e il postumano sulla scorta di alcune immagini "postumane", tra cui la bambola di Barbie, in quanto "transformative plastic figuration" che sfida ogni verità sull'identità femminile, Marilyn Manson, in quanto immagine liminale tra maschile e femminile e tra umano e animale, e infine una pubblicità della TDK con un bimbo stilizzato pronto a ricevere un CD in bocca, in quanto sintomo della indistinzione tra corpo biologico e tecnologie mediali.

Tali oggetti performativi del post-human aprono possibilità creative e trasgressive per soggettività post-umane e post-sessuali, oltre la dualità tra maschile e femminile (Toffoletti, 2007). Questa lettura del pensiero baudrillardiano sulla seduzione è vicina al postfemminismo di Haraway (1991, p. 150), per la quale il cyborg è "a creature in a post-gender world; it has no truck with bisexuality, pre-oedipal symbiosis, unalienated labour, or other seductions to organic wholeness through a final appropriation of all the powers of the parts into a higher unity".

Grace (2008) e Sim (2001) hanno notato però come Baudrillard non esalti mai la mutabilità di una soggettività esposta alle forze dell'iperrealtà e della cultura della simulazione. Al contrario, l'intellettuale ha sottolineato come la cultura della simulazione propagata dalle tecnologie digitali allontani ulteriormente l'umano da ogni possibilità di Sé simbolico e singolare. Tuttavia, la riflessione di Baudrillard è imperniata sulla doppia spirale, meccanismo che oppone due paradigmi/concetti che non arrivano a conciliazione o sintesi. In termini di postumano e tecnologia digitale, i due paradigmi antagonisti sono quelli della realtà virtuale e della singolarità. Il virtuale è il più elevato stadio della simulazione ed è caratterizzato da alta definizione (Baudrillard, 1996), immersività, immanenza e immediatezza (Baudrillard, 2004). Il virtuale è complice dell'iperrealtà e dello spazio dello schermo. Infatti se, in epoca predigitale, il virtuale era destinato a diventare reale e l'attualizzazione era il suo destino, per Baudrillard (2000) oggi la sua funzione è proibire l'attuale. Il virtuale monopolizza tutti gli altri mondi e fagocita il vero sgomberando ogni alternativa immaginaria, liquidando il reale e il referente ed introducendoci nell'era dello "sterminio dell'altro" (Baudrillard, 1996, p. 113). La comunicazione virtuale, come "delitto perfetto contro l'alterità", produce la perdita della singolarità. Gli umani diventano così particelle interattive (Baudrillard, 1999): nel passaggio dall'era moderna all'era delle reti, il soggetto diviene proiezione dello schermo con cui si interfaccia, un interruttore in perenne stato di alienazione (Baudrillard, 1983). Se in questo scenario, il post-human si configura come realtà virtuale della macchina (Baudrillard, 2002), a un certo livello di immersione negli ingranaggi del virtuale, la separazione uomo/macchina non esiste più. La singolarità (di eventi e soggetti) rappresenta invece l'unicità e l'imprevedibilità, e funge,

come altri concetti baudrillardiani – tra cui la seduzione – da antidoto alla simulazione, in un mondo postumano contrassegnato dalla digitalizzazione e dalla cultura dell'equivalenza e del calcolo.

Il concetto di orgia acquista particolare rilievo nel mediascape digitale, se collegato all'overload informativo. Nell'epoca della simulazione "indefinita" (Baudrillard, 1991, p. 10), i flussi di informazione producono un'atrofizzazione dell'esperienza, poiché l'overload informativo riduce i tempi necessari all'elaborazione del senso e alla comprensione. L'orgia, il collasso della modernità, evolve in un'esplosione di flussi informativi: "la nostra cultura del senso crolla sotto l'eccesso di senso, la cultura della realtà crolla sotto l'eccesso di realtà, la cultura dell'informazione crolla sotto l'eccesso di informazione" (Baudrillard, 1996, p. 22).

In quest'orizzonte post-antropologico, la condizione postumana lega le riflessioni su orgia e overload al tema della banalizzazione del mondo, associata da Baudrillard all'eccessiva visibilità e all'oscena quantità di immagini in circolo. Queste nozioni vanno mano nella mano con la proliferazione degli schermi di tablet e smartphone (Kline, 2016, p. 81), che, per la loro ubiquità, si trasformano in protesi dell'umano e, perciò, nel principale strumento di mediazione tra Sé e mondo. La proliferazione degli schermi e l'overload generano un mondo sempre più banale, in cui non c'è più nulla da vedere e in cui l'eccesso di comunicazione si rovescia in una non-comunicazione.

Tra i vari film legati al pensiero baudrillardiano sul postumano (Baldwin, 2015), è il cartoon *Paprika* (2006) di Satoshi Kon (Teti, Tirino 2016 e 2016b) ad elaborare in maniera più convincente i concetti-chiave di orgia, simulazione e overload informativo. Il film narra della scienziata Atsuko, che, insieme al suo team, inventa il dispositivo DC Mini, in grado di penetrare nel mondo onirico dei pazienti e di registrarne i sogni. Qualcuno, tuttavia, se ne impossessa per controllare i sogni della popolazione. Da qui inizia un'avventura che coinvolge il team di scienziati.

Kon ha l'abilità di connettersi ai plessi semantici del postumano, in cui il corpo biologico ridefinisce i propri orizzonti in relazione a figure come cyborg e intelligenze artificiali (Frezza, 2013). Il personaggio di Atsuko e il suo doppio onirico/mediale Paprika si collocano dunque nei pressi di quella saldatura auspicata da Baudrillard tra biotecnologia e sessualità, in precedenza richiamata rispetto al concetto della seduzione.

Oltre al tema sull'ecologia tra umano e tecnologico, *Paprika* riflette sui confini labili tra sogno, sognatore e sognato, in relazione sia alla biotecnosfera, sia all'eruzione iconografica globale. *Paprika* affronta quindi il rapporto tra memoria e oblio, in una società caratterizzata dalla pervasività dei media e degli artefatti culturali, aprendosi al dialogo con i concetti baudrillardiani di orgia, simulazione e overload informativo.

Questi temi sono sublimati nel film narrando la potenza di un immaginario globale ipertrofico, cui i personaggi non riescono ad opporre, in termini baudrillardiani, la propria singolarità.

Le trasformazioni della biotecnosfera, il complesso ecosistema in cui le tecnologie coevolvono con umani, animali, vegetali, inducono a teorizzare una nuova era geologica, l'Antropocene, "in cui l'ambiente terrestre (...) è fortemente condizionato sulla scala sia locale sia globale dagli effetti dell'azione umana"<sup>3</sup>.

Nella mediazione radicale tutte le connessioni implicano modulazione, traduzione o trasformazione, non solo collegamento. Poiché la mediazione non è separata da altre relazioni esperite, essa non si colloca tra un soggetto e un oggetto pre-esistenti, né impedisce esperienze o relazioni immediate [...] Ciò che fa del cambiamento climatico antropogenico stesso un'istanza della mediazione radicale è il fatto che non può essere compreso se separato dalla rimediazione dell'esperienza di catastrofe imminente che coinvolge allo stesso modo gli umani e i non umani (Grusin, 2016).

La nozione di "mediazione radicale" di Grusin, unita a quelle baudrillardiane di orgia e di overload, illumina la catastrofe culturale incombente, rappresentata, in *Paprika*, come mutazione antropologica frutto di uno sviluppo tecnologico così invadente da distruggere ogni precedente equilibrio ecosistemico tra biologia, cultura e tecnica.

Un secondo rischio coinvolge l'inconscio collettivo. Nella parata che, via via più minacciosa e sinistra, ritorna nel film, una mole impressionante di icone (mediali, religiose, artistiche, ecc.) si riversa di fronte allo spettatore. Si tratta della più efficace traduzione filmica del pensiero di Baudrillard sulla simulazione indefinita: la degenerazione dei giacimenti dell'immaginario globalizzato è una precisa metafora dell'impossibilità del singolo utente mediale di elaborare una sovrabbondante stimolazione sensoriale. L'unico modo di sottrarsi è, ancora in termini baudrillardiani, sperimentare antidoti alla simulazione e alla monocultura, come lo scambio simbolico, la seduzione, e soprattutto la negatività e la morte.

L'overload informativo e la simulazione, temi centrali in Baudrillard, sono giocati da Kon in relazione all'osmosi tra realtà, media e sogno. Kon ha la piena consapevolezza del rischio determinato dalla virtualizzazione dell'esperienza sociale e di come sia funzionale alle mire di un certo tecno-capitalismo, come dimostra una sequenza in particolare.

Quando Konichawa (...) sembra sorpreso di scorgere Paprika nel sito radioclub.jp, Paprika gli chiede: 'Non pensi che Internet e i sogni siano molto simili?' Il suo ragionamento suona vero. Su Internet, come nei sogni esperiamo l'anonimato e abbiamo un'opportunità di creare la nostra stessa realtà. Come nei sogni siamo liberi dai vincoli di tempo, spazio, e dei nostri corpi fisici. Per metterla giù come fa Paprika, 'Internet e i sogni sono i mezzi di espressione delle inibizioni della specie umana' (Pierce, 2010).

Per Kon, l'opportunità offerta da Internet di praticare mondi alternativi risponde alle esigenze del tecno-capitalismo, in quanto tende a organizzare in forme private processi socio-culturali la cui strutturazione spazio-temporale era precedentemente deputata ad altre agenzie sociali e a luoghi fisici. Kon formula in termini allarmanti la questione della perdita di controllo sui propri Sé immaginari online, in quanto la costruzione identitaria potrebbero incrociare simulazioni così attraenti da causare una perdita di contatto con quanto si trova fuori dal Web.

Lo stesso Kon, in un'intervista (Denby, 2007), lancia un monito sull'incapacità di gestire i flussi mediali, che implica il rischio concreto dell'incompetenza a distinguere tra diversi statuti e dimensioni dell'esperienza (reale vs. mediata) e di una potenziale deriva identitaria.

Le analogie tra il film e le posizioni di Baudrillard sono chiare. “Baudrillard’s work places his concept of singularity against the technological singularity”, intesa come “the possibility of a future point that occurs during a phase of unprecedented technological progress” (Baldwin, 2015, p. 26). Se egli spesso celebra il trionfo dell’alterità e delle singolarità contro i tentativi di violenta incorporazione e simulazione, come non leggere in questi termini anche la tenacia con cui Atsuko si ribella al disegno totalitario di usare la tecnologia per trasformare i sogni in strumento di controllo?

In sintesi, orgia e seduzione nel mediascape digitale disegnano un postumano “inumano”, mentre, attraverso la contrapposizione tra alterità, singolarità e simbolico, da un lato, e simulazione, iperrealità e virtuale, dall’altro, emerge l’umanesimo postumanista di Baudrillard (Sim, 2001), così simile a quello espresso da Kon in *Paprika*.

## Nota biografica

Alfonso Amendola insegna Sociologia degli audiovisivi sperimentali e Sociologia dell’immaginario presso l’Università degli Studi di Salerno. Il suo percorso di studi si muove su un crinale tra consumi di massa e culture d’avanguardia. È Condirettore di “Unknown Pleasures” (seminario permanente sull’immaginario). Tra le sue pubblicazioni: Frammenti d’immagine. Scene, schermi, video per una sociologia della sperimentazione (2006); Per una poetica del molteplice (2007); Videoculture. Storia, teoria ed esperienze dell’audiovisivo artistico (2012); con A. Sapienza Vladimir Majakovskij. Visione ed eversione di un’opera totale (2012); con M. Tirino Saccheggiate il Louvre. William S. Burroughs tra eversione politica e insurrezione espressiva (2016); con V. Del Gaudio Teatro e immaginari digitali. Saggi di Sociologia dello spettacolo multimediale (2017); con M. Tirino Romanzi e immaginari digitali. Saggi di Mediologia della letteratura (2017). Con V. Del Gaudio ha curato il volume: Alberto Abruzzese Il Dispositivo segreto. La scena tra sperimentazione e consumi di massa (2017).

Vincenzo Del Gaudio (delgaudio.vincenzo@gmail.com) è dottore di ricerca in Metafisica all’università Vita-Salute San Raffaele di Milano. È titolare del laboratorio di digital performace e collabora con la cattedra di Sociologia degli Audiovisivi sperimentali e Sociologia dei processi culturali dell’università degli studi di Salerno. Si occupa di sociologia ed estetica dei new media con particolare interesse alle rimediazioni tra audiovisivo, teatro e logiche della serialità applicata alle arti. Tra le sue pubblicazioni recenti: sulle tracce di Majakovskij in A. Amendola, A. M. Sapienza (a cura), Vladimir Majakovskij Visione ed eversione di un’opera totale (2012); il crollo del regno di Kronos. Apocalisse e rappresentazione della fine in The Walking Dead in G. Frezza (a cura) Endo-Apocalisse (2015). Ha curato il volume il corpo sottile (2016) e con Alfonso Amendola gli scritti teatrali di Alberto Abruzzese *il dispositivo segreto*. Meltemi, Milano, 2017.

Mario Tirino è dottore di ricerca in Scienze della Comunicazione ed è docente di Tecniche e Linguaggi dei Media presso la Scuola di Giornalismo dell’Università di Salerno. Collabora alle attività di ricerca delle cattedre di Sociologia dei processi culturali e di Mediologie del sistema editoriale dell’Università di Salerno. Si occupa di sociologia delle culture audiovisive e mediologia della letteratura e del fumetto. Tra le sue ultime pubblicazioni i saggi Il filtro di Dante. L’impronta di Gustave Doré dal cinema muto al digitale (con A. Amendola) (2016); Senza pensieri. Gomorra – La serie: dal contesto

produttivo alle audience della Rete, fenomenologia di un processo culturale transmediale (con A. Napoli) (2016); *Junkie's Movies. Il cinema infetto di William S. Burroughs* (2016); *Tecnoimmaginari postumani* (2016); *Once upon a time the Self: cinema and online identity playground tales* (con G. Frezza, D. Salzano e A. Napoli) (2015); *L'Ur-script. The Walking Dead dal fumetto alla serie tv* (2015); *Cinefilia 2.0: Web media e processi relazionali nella costruzione delle identità spettatoriali* (2015). Ha curato, con Alfonso Amendola, il volume *Saccheggiate il Louvre. William S. Burroughs tra eversione politica e insurrezione espressiva* (Ombre Corte, 2016) e *Romanzi e immaginari digitali* (2017).

## Bibliografia

- Abruzzese, A. (2003) *Note sul postumano*. Passages. Arti culture riflessioni, n°5 settembre-dicembre.
- Abruzzese, A. (2011). *Il crepuscolo dei barbari*. Milano: Bevivino
- Abruzzese, A. (2014). *Post human detective* in L. Marchetti (a cura di) *True detective. Viaggi al termine della notte*. Milano: Goware.
- Abruzzese, A. (2015). *Punto zero. Il crepuscolo dei barbari*. Roma: Sossella.
- Agamben, G. (2002). *L'aperto, l'uomo e l'animale* Torino: Bollati e Boringhieri.
- Amendola, A. (2009). *Baudrillard sociologo dei media*. In De Concilis, E. (a cura di) *Jean Baudrillard, o la dissimulazione del reale*. Milano: Mimesis, pp. 34-43.
- Baldwin, J. (2015). *Self-Immolation by Technology': Jean Baudrillard and the Posthuman in Film and Television*, in M. Hauskeller, T.D. Philbeck e C.D. Carbonell, J. Baudrillard (2015) *The Palgrave Handbook of Posthumanism in Film and Television* New York: Palgrave Macmillan, pp. 19-27.
- Baudrillard, J. (1977). *Oublier Foucault*. Paris: Galilée; trad. it. (1977), *Dimenticare Foucault*, Bologna: Cappelli.
- Baudrillard, J. (1976). *L'échange symbolique et la mort*. Paris: Gallimard; trad. it. (1979), *Lo scambio simbolico e la morte*. Milano: Feltrinelli, 2002.
- Baudrillard, J. (1981). *Simulacres et simulation*. Paris: Galilée.
- Baudrillard J. (1979). *De la seduction*. Paris: Galilée; trad. it. (1985). *Della Seduzione*. Milano: ES.
- Baudrillard, J. (1983). *What Are You Doing After the Orgy*. Artform, XXII (2), October, pp. 42-46.
- Baudrillard, J. (1983). *The ecstasy of communication*. In H. Foster (ed.) *The Anti-Aesthetic: Essays on Postmodern Culture*. Port Townsend, Wash: Bay Press; trad. it. (2014). *L'estasi della comunicazione* in H. Foster (a cura di). *L'antiestetica. Saggi sulla cultura postmoderna* Milano, Postmedia books, pp. 147-155.
- Baudrillard, J. (1990). *La Transparence du Mal*. Paris: Galilée; trad. it. (1991) *La trasparenza del male. Saggio sui fenomeni estremi*. Milano: SugarCo.
- Baudrillard, J. (1995). *Le crime parfait*. Paris: Galilée; tr. it. (1996), *Il delitto perfetto. La televisione ha ucciso la realtà?*, Milano: Raffaello Cortina.
- Baudrillard, J. (1997). *Le Complot de l'Art*. Sens & Tonka; trad. it. (2012). *La sparizione dell'arte*. Milano: Abscondita.

- Baudrillard, J. (1999). *L'échange impossible*. Paris: Galilée; trad. it. (2012) *Lo scambio impossibile*. Trieste: Asterios
- Baudrillard, J. (2000). *The Vital Illusion*, New York: Columbia University Press.
- Baudrillard, J. (2000). *Mots de passe*. Paris: Pauvert; trad. it. (2013) *Parole chiave*, Roma: Armando.
- Baudrillard, J. (2002). *Screened Out*. New York: Verso.
- Baudrillard, J. (2004). *Le Pacte de lucidité ou l'intelligence du Mal*. Paris: Galilée; trad. it. (2006) *Il Patto di lucidità o l'intelligenza del Male*. Milano: Raffaello Cortina.
- Baudrillard, J. (2008). *Simulacri e impostura. Bestie, beaubourg, apparenze e altri oggetti*. Pgreco: Milano.
- Braidotti, R. (2014). *Il postumano. La vita oltre l'individuo, oltre la specie, oltre la morte*. Roma: Derive e Approdi.
- Butler, J. (1988). *Performative Acts and Gender Constitution: An Essay in Phenomenology and Feminist Theory*. Theatre Journal, Vol. 40, No. 4. (Dec.1988), pp. 519-531.
- Codeluppi, V. (1987). *Baudrillard o la deriva della pubblicità*. In Baudrillard, J. *Il sogno della merce*. Milano: Lupetti, pp.
- Codeluppi, V. (2013). *Il pensiero radicale di Jean Baudrillard*. In Baudrillard, J. *Miti fatali*. Milano: FrancoAngeli, pp. 7-15
- Codeluppi, V. (2017). *Ricordare Baudrillard*. In De Concilis E., Schiro, E., Angelucci, D. (a cura di) *Reinventare il reale*. Lo Sguardo. Rivista di Filosofia, n°23 – 2017, pp. 89 – 96. <http://www.losguardo.net/it/ricordare-baudrillard-intervista-a-vanni-codeluppi/> (consultato il 17/06/2017)
- De Concilis, E. (a cura di) (2009). *Jean Baudrillard, o la dissimulazione del reale*. Milano: Mimesis.
- De Concilis, E. *Baudrillard versus Foucault*. In De Concilis E., Schiro, E., Angelucci, D. (a cura di) *Reinventare il reale*. Lo Sguardo. Rivista di Filosofia, n°23 – 2017, pp. 193–205. <http://www.losguardo.net/it/baudrillard-versus-foucault/> (consultato il 19/06/2017).
- Costantino, M., Damasio, M. (2017). *Seduction in Popular Culture, Psychology, and Philosophy*. New York, IGI Global.
- Denby, D. (2007) *Not Kids' Stuff*. The New Yorker, May 28<sup>th</sup>. <http://www.newyorker.com/magazine/2007/05/28/not-kids-stuff> (consultato il 28.05.2017).
- Farci, M. (2012). *Lo sguardo tecnologico. Il postumano e la cultura dei consumi*. Milano: FrancoAngeli.
- Frezza, G. (2013). *Dissolvenze. Mutazioni del cinema*, Latina: Tunué.
- Frezza, G. (2015). *Endoapocalisse. The walking dead l'immaginario digitale, il post-umano*. Cava de' Tirreni, Areablu.
- Foucault, M. (1967) *Le parole e le cose. Un'archeologia delle scienze umane*. Milano: Rizzoli.
- Foucault, M. (1978) *Storia della sessualità vol.2: la volontà di sapere*. Milano, Feltrinelli.
- Foucault, M. (1998) *Bisogna difendere la società*. Milano: Feltrinelli.

- Fukuyama, F. (2002). *On our posthuman future: consequences of the Biotechnology Revolution*. New York: Farrar Straus & Giroux.
- Gane, M. (2000). *Jean Baudrillard in radical uncertainty*, London – Sterling, Virginia: Pluto press.
- Genosko, G. (1994). *Baudrillard and Sings. Signification Ablaze*. New York – London: Routledge.
- Grace, V. (2008). *Fluid, Mutable, Plural, Posthuman Subjectivities: A Radical Project for Feminism?* International Journal of Baudrillard Studies, 5.2 [http://www2.ubishops.ca/baudrillardstudies/vol-5\\_2/v5-2-brgrace.html](http://www2.ubishops.ca/baudrillardstudies/vol-5_2/v5-2-brgrace.html) (consultato il 28.05.2017).
- Grusin, R. (2016). *Vivere nell'Antropocene*. Il lavoro culturale, 3 giugno, 2016, <http://www.lavoroculturale.org/vivere-nellantropocene-richard-grusin/> (consultato il 28.05.2017).
- Haraway, D. (1991) *Simians, Cyborgs and Women: The Reinvention of Nature*. New York: Routledge.
- Hunter, D. (a cura di). (1989). *Seduction and Theory*. Urbana and Chicago: University of Illinois press.
- Hegarty, P. (2004) *Jean Baudrillard: Live Theory*. London: Bloomsbury Academic.
- Kauffman, S. L. (1998). *Bad girls and sick boys. Fantasies in contemporary art and culture*. Berkeley, Los Angeles, London: University of California press.
- Kline, K. (2016). *Baudrillard, Youth, and American Film: Fatal Theory and Education*. Lanham: Lexington Books.
- Latouche, S. (a cura di). (2016). *Baudrillard. O la sovversione attraverso l'ironia*. Milano: Jakabook.
- Lucci, A. (2016). *Umano post umano. Immagini dalla fine della storia*. Roma: Inschibboleth
- Mayer-Schönberger, V. (2009) *Delete: The Virtue of Forgetting in the Digital Age*. Princeton: Princeton University Press.
- Nabli, H. (2015) *Foucault et Baudrillard: La fin du pouvoir*. Paris: L'Harmattan.
- Pierce, R. (2010). *Dreams and Reality in Paprika*. FA: Visual Arts: Anime, Nov. 7<sup>th</sup>. <https://wiki.rit.edu/pages/viewpage.action?pageId=40830090> (consultato il 28.05.2017).
- Pireddu, M., Tursi, A. (2006). *Post-umano. Relazioni tra uomo e tecnologia nella società delle reti*, Milano: Guerini e Associati.
- Proto, F. (2003). *Mass Identity Architecture: Architectural Writings of Jean Baudrillard*. West Sussex: Wiley academy.
- Proto, F. (2017). *La sfida simbolica dell'architettura*. In De Concilis E., Schiro, E., Angelucci, D. (a cura di) *Reinventare il reale*. Lo Sguardo. Rivista di Filosofia, n°23 – 2017, pp. 165 – 174. <http://www.losguardo.net/it/la-sfida-simbolica-dellarchitettura> (consultato 25/06/2017).
- Santrac, A. (2005). *The Deconstruction of Baudrillard: The "Unexpected Reversibility" of Discourse*. New York: Edwin Mellen Pr.
- Scheer, E. (2012). *Posthuman Scenarios and Performative Media*. Performance Research: A Journal of the Performing Arts, 17(3), pp. 23–32.

- Schlegel, J. (2008) *Negative Diskursivität?: Baudrillard, Foucault und die Grenzen des Diskursiven*. Berlin: VDM Verlag Dr. Müller.
- Sim, S. (2001). *Postmodernism and Philosophy*. In S. Sim (a cura di) *The Routledge Companion to Postmodernism*, New York: Routledge, pp. 3-14.
- Smith, R. (2010) *The Baudrillard dictionary*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Teti, M., Tirino, M. (2016). *Desiderio di tecno-oblio. Brevi note su Paprika di Satoshi Kon/1*. Officina Sedici, 22 novembre, <http://www.officinasedici.org/2016/11/22/desiderio-tecno-oblio-brevi-note-paprika-satoshi-kon-marco-teti-mario-tirino/> (consultato il 28.05.2017).
- Teti, M., Tirino, M. (2016a) *Desiderio di tecno-oblio. Brevi note su Paprika di Satoshi Kon/2*. Officina Sedici, <http://www.officinasedici.org/2016/12/11/desiderio-tecno-oblio-brevi-note-paprika-satoshi-kon2-marco-teti-mario-tirino/> (consultato il 28.05.2017).
- Tarizzo, D. (2010) *La vita un'invenzione recente*. Bari: Laterza.
- Toffoletti, K.. (2007). *Cyborgs and Barbie Dolls: Feminism, Popular Culture and the Posthuman Body*. London: I.B. Tauris.

## Note

<sup>1</sup> L'elaborazione del lavoro è frutto di ragionamenti comuni dei tre autori. I paragrafi *Sulla natura della mappa (un pensiero geografico)* e *Dell'orgia: il postumano e l'esaurimento delle categorie del moderno* sono stati scritti da Vincenzo del Gaudio, il paragrafo *Della seduzione: Postumanesimo e anatomia* da Alfonso Amendola e il paragrafo *Orgia, seduzione e mediascape contemporaneo* da Mario Tirino

<sup>2</sup> I due testi si differenziano in molti punti; tuttavia, per quanto riguarda l'elaborazione teorica del concetto di orgia, Baudrillard spesso utilizza gli stessi esatti periodi. Il testo del 1990 sembra una sorta di rielaborazione del testo del 1987 o meglio il suo riposizionamento dall'universo estetico a quello sociale. In questa sede abbiamo deciso, per quanto concerne le parti comuni, di citare entrambi i testi al fine di mostrare il rovello teorico che il concetto di orgia impone alla filosofia e alla sociologia di Baudrillard in quegli anni.

<sup>3</sup> Definizione tratta dal "Lessico del XXI secolo": [http://www.treccani.it/enciclopedia/antropocene\\_\(Lessico-del-XXI-Secolo\)/](http://www.treccani.it/enciclopedia/antropocene_(Lessico-del-XXI-Secolo)/) (consultato il 28.05.2017).

## Matrici e nostalgie. Baudrillard e il nostro mondo infondato\*

Antonio Tursi\*\*

McLuhan Program in Culture and Technology

Jean Baudrillard's legacy can be captured by interweaving one of his most important books - Symbolic Exchange and Death - and one of the science fiction texts - Matrix - that in the turn of millennium has even used a Baudrillard's book as a narrative object. From this weaving, made by some of his thesis and some this film scenes, it is possible to disentangle three threads. First, that of the pervasiveness of the third order of simulacra, of the pure play of signs. A game that was really made "pure" only by the power of the number, by the digitization of information. A game, that of simulacra, oriented but hides an irreducible opening. Second, the thread of body construction as a carnage of signs, moving between the glorious body, linked to functional models to the constitution of human, and the body of the challenge that breaks borders, questions the production of under-human (of ex-communicated) and opens a post-human horizon. A body - that primitive, that baroque, and that of the cyborg - that challenges the reassuring partitions of modernity, starting with separations with the animal and with the corpse, and in this way opens an exchange model that can rebuild community. Third, a line that allows to identify the counterfield from which and thanks to which Baudrillard started to explore the world of simulation. To grasp the importance of graffiti as a manifestation of a new tribalism reveals, on the one hand, the ability to understand the contemporary semiosphere but, on the other, a nostalgia of the lost continuity. The fascination for the primitive, for the original body of the primitive, reveals a certain residue of platonism, some faith in an insidious original. Ultimately, proceeding with Baudrillard means taking charge of the contingency of the world of simulation; to face an unlimited but unfounded power; to fight for a catastrophe of simulacra, realized by themselves.

**Keywords:** matrice, simulacro, corpo, comunità, contingenza

“È un’illusione. Qualcosa di sintetico, di irreale”.  
“Che cosa è irreale, e che cosa è reale? Per me lei è molto più reale di qualsiasi  
altra cosa; è più reale di te, per esempio. E anche di me, della mia stessa vita”.  
“Santa pace” esclamò Al, impressionato. “Be’, almeno hai qualcosa per cui valga la  
pena di vivere”.  
“Esatto” annuì Ian.  
(Dick, 1964, p. 152)

Comprendere Jean Baudrillard, comprendere attraverso Jean Baudrillard. Senza la sua opera la comprensione del mondo in cui ci troviamo a vivere sarebbe assai più difficile. E questo perché noi ci troviamo a vivere nel mondo di Jean Baudrillard. Non solo nel senso intellettualistico di mondo pensato o comunque esplorato dal nostro autore. Ma nel senso popolare di mondo che riproduce Baudrillard. Se il suo pensiero si è nutrito di romanzi di

---

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

\*\* Email: antonio.tursi@gmail.com

fantascienza, quest'ultima, straripata nella quotidianità, si è alimentata non solo delle sue intuizioni ma del suo stesso corpo. Nel momento in cui un prodotto di science fiction diviene evento globale di visioni e scritture, c'è da prestargli attenzione. C'è quanto meno da chiedersi il perché di questa dimensione evenemenziale. Baudrillard ha stigmatizzato il richiamo al suo pensiero da parte dei fratelli Andy e Larry Wachowski nel loro *Matrix* (il cui primo episodio è uscito nel 1999). Questi però, a loro modo, a cavallo di millennio, hanno risposto a una richiesta sociale di approccio alle nuove tecnologie e sono riusciti ad intervenire sullo statuto contemporaneo del visibile; e hanno fatto ciò non solo ispirandosi liberamente al filosofo francese, ma addirittura utilizzando un suo libro come uno dei primi oggetti narrativi della loro trilogia. Nella scena in cui il protagonista del film riceve nel suo appartamento alcuni hacker che hanno bisogno di informazioni digitalizzate, prende il dischetto da un libro cavo: trattasi di *Simulacres et simulation*. Questo ci pare un certificato – assai poco accademico, evidentemente, come a lui congeniale del resto – di penetrazione profonda e reciproca tra Baudrillard e il nostro mondo. Un omaggio che ci offre l'opportunità di ricomprendere il suo pensiero e comprendere il nostro mondo attraverso la visione di alcune scene-chiave di quest'opera cinematografica.

## Download: the real world

Per istruire Neo su teoria e prassi del nuovo mondo, Morpheus lo porta in uno spazio bianco, senza dimensioni, senza oggetti, senza sfondi. Questi – a iniziare da due divani e un televisore old style – vengono via via caricati dal programma: sono simulazioni quelle tra le quali e con le quali i nostri eroi agiscono. Il tentativo di Morpheus è quello di far percepire a Neo la dimensione in cui si è venuto a trovare. Morpheus mette in questione la certezza di mister Thomas A. Anderson di vivere in una realtà unica e data, strutturata da regole (norme sociali e leggi naturali) immodificabili, in uno spazio tridimensionale dominabile dalla ragione prospettica. Il protagonista, che di giorno lavora in una multinazionale del software, di notte – nel tempo dedicato propriamente al sogno – si trasforma in un hacker delle reti telematiche, assumendo il nome di Neo. Questa attività è, però, relegata ai margini della sua vita, costituisce una possibilità limitata di trasgressione, il suo mondo dei sogni, appunto. Ma ad un certo momento ciò che era marginale viene rivelato essere centrale e il sogno si manifesta come il cuore stesso della realtà. Quella che era pressappoco un'attività puramente onirica (l'hacking) diviene un'attività politica ed addirittura escatologica che sconvolge la vita di un semplice *knowledge worker*. Questa rivelazione avviene con la discesa nel mondo del bianco coniglio. I registi, infatti, citano le avventure di quell'eroina dell'immaginario occidentale che è Alice. Lewis Carroll, nei racconti delle avventure nel Paese delle Meraviglie e nella Casa dello Specchio, disloca Alice dalla sua noiosa realtà proprio attraverso la chiusura delle palpebre, attraverso il sogno. Uno stato onirico che serve a criticare il conformismo e l'utilitarismo dell'epoca vittoriana, ma da cui Alice si risveglia. Un risveglio che ratifica ogni volta l'impossibilità di evadere dalla realtà ma che non preclude l'aspirazione a una vita e a una libertà *altrimenti*,

come dimostra il verso finale della poesia che chiude il secondo viaggio: “cos’è mai la vita se non un sogno?”. Lo specchio – uno schermo mediale – da cui Neo viene risucchiato dimostra che non solo c’è una via d’uscita, ma anche una porta di ingresso ad una comprensione meno semplificata della realtà in cui viviamo quotidianamente.

Questa porta di ingresso è quella che ci ha aperto da qualche decennio Jean Baudrillard. A lui dobbiamo la comprensione più lucida del mondo attuale, quello della simulazione. Mentre Alice non può evadere definitivamente dalla sua realtà quotidiana, Neo non può evadere dal mondo della simulazione nel quale abita un giorno dopo l’altro (e noi con lui). Nell’ambito del secondo ordine dei simulacri, quello della modernità industriale, continuava ad esserci un qualche scarto tra realtà e sogno; ciò non è più vero per noi che agiamo nell’ambito del terzo ordine di simulacri: l’unica realtà che abitiamo è quella fatta di immagini. Non esiste per noi altra realtà che quella dei segni, di quelle sparse rovine tra le quali ci muoviamo. Se la metafisica moderna, attraverso quella sua espressione peculiare e liminale che è stata la linguistica, ha saputo scardinare il primitivismo di una realtà ritenuta immediatamente segno, instaurando il rinvio da un significante a un significato (attraverso il mito naturalistico della referenza), la postmodernità ha riconosciuto il segno come realtà. Nietzsche di questo è stato un apripista: “non esistono fatti, ma solo interpretazioni”, “abbasso tutte le ipotesi che hanno permesso la credenza in un mondo vero”.

Abitiamo in “uno spazio digitale, un campo magnetico del codice, con polarizzazioni, diffrazioni, gravitazioni di modelli e sempre, sempre il flusso delle più piccole unità disgiuntive”. Così Baudrillard ha saputo cogliere come pochi altri la pervasività dei media, e non solo della televisione, ma già anche quella dei computer (*L’échange symbolique et la mort* è infatti del 1976).<sup>1</sup> La prima e la seconda generazione di strumenti di comunicazione ad alimentazione elettrica hanno determinato

il crollo della realtà nell’iperrealismo, nella reduplicazione minuziosa del reale, di preferenza a partire da un altro medium riproduttivo – pubblicità, foto ecc. – di medium in medium il reale si volatilizza, diventa allegoria della morte, ma si rafforza anche con la sua stessa distruzione, diventa il reale per il reale, feticismo dell’oggetto perduto – non più oggetto di rappresentazione, ma estasi di negazione e della propria terminazione rituale: iperreale (Baudrillard, 1976, p. 85).

Nel terzo ordine di simulacri, nell’ordine della simulazione, “il reale è non soltanto ciò che può essere riprodotto, ma *ciò che è sempre già riprodotto*” (p. 87). Riprodotto per declinazione, per rifrazione indefinita, per diffrazione infinita, per differenziazione interna. Piccole variazioni che finiscono per costruire e costituire il mondo in cui noi abitiamo. Piccole variazioni consentite o meglio imposte dalla digitalizzazione. Processo tecnico, essenziale per i vettori della simulazione, che articola il gioco infinito di variazioni instabili, di opposizioni distintive che costituiscono la Matrice. L’emancipazione del segno dall’obbligo della referenza rappresenta la pietra angolare su cui si regge l’ordine della simulazione. Solo emancipato da quest’obbligo, il segno può dedicarsi a far sparire la realtà e nello stesso tempo a mascherare questa scomparsa. Ma senza il digitale, senza la scansione binaria il segno non si sarebbe potuto autonomizzare completamente dal mito

della referenza. “Affinché il segno sia puro, occorre che si raddoppi in se stesso: è il raddoppiamento del segno a mettere veramente fine a ciò che esso designa” (p. 83). È il numero, perciò, che istituisce il gioco più profondo della simulazione.

La digitalizzazione manifesta ancora una volta e in modo eclatante il ribaltamento della quantità (la potenza di calcolo, le stringhe numeriche) in nuova qualità. Walter Benjamin, attraverso questo principio, ha saputo comprendere, insieme a Marshall McLuhan, la tecnica “come medium, come forma e principio di tutta una nuova generazione del senso” (p. 67). Entrambi autori assai cari a Baudrillard che, proprio sulla loro scia, ha visto oltre l'impostazione produttivistica di Karl Marx. Oggi che con immediatezza possiamo osservare la finanziarizzazione dell'economico, la metamorfosi della merce in segno estetico, la fine del tallone aureo, dobbiamo giocoforza tentare una strategia politica postdialettica, che esca cioè dalla circolarità speculare dominio/rivoluzione, capitalismo/comunismo proposta da Marx. Una circolarità iscritta nell'ordine della produzione e che non regge più nell'ordine catastrofico della simulazione. “I simulacri non sono che giochi di segni, implicano rapporti sociali e un potere sociale” (p. 63) non riconducibili alle categorie tradizionali dell'analisi marxiana.

Porre la questione politica nell'ambito del terzo ordine di simulacri, nell'epoca della simulazione, significa cogliere una feconda ambiguità nell'impostazione baudrillardiana. Infatti, Baudrillard dichiara l'indecidibilità dei simulacri, dei segni puri. Ciò si presta però a due opzioni strategiche diverse: da un lato, l'indecidibilità è non solo permessa ma guidata dalla variazione indefinita di modelli – modelli che sono commutabili ma nello stesso tempo sono direttori, sono modelli di comportamento che riproducono incessantemente il sistema; dall'altro, la stessa indecidibilità mostra l'assenza di un fondamento, di una determinata garanzia, di una pressante ipotesi sulla sua soluzione – qui si coglie il margine, lo scarto per una possibile sommossa dei segni.

Sempre sulla scorta di Benjamin e McLuhan, Baudrillard ha colto il carattere decisivo del nuovo spazio dei segni: la tattilità. La comprensione della tecnica giunge così ad un livello a cui persino la tradizione filosofica postheideggeriana non è giunta, ferma al dominio della vista nell'epoca dell'immagine del mondo (solo negli ultimi tempi si è diffuso un pensiero ambientale, quale quello di Peter Sloterdijk). Il cameraman per Benjamin è simile al chirurgo: tocca e manipola. L'opera d'arte assume una qualità tattile, le immagini frammentate tastano lo spettatore (cfr. Benjamin, 1936). “L'immagine televisiva ci chiede in ogni istante di ‘chiudere’ gli spazi del mosaico con una convulsa partecipazione dei sensi che è profondamente tattile e cinetica” (McLuhan, 1964, p. 75). Siamo coinvolti in profondità dai puntini sullo schermo, ci tastano, ci testano incessantemente: il medium non è solo il messaggio, ma anche il massaggio. Partecipazione tattile allo spazio digitale significa, però, fine della preminenza della vista e dunque delle sue caratteristiche peculiari: la distanziamento tra soggetto e oggetto e la riflessione. Questi erano elementi decisivi nella configurazione dell'*homo theoreticus* nelle sue varie declinazioni. Di conseguenza questa emersione della tattilità obbliga a cogliere i processi innovativi di costruzione dell'attore sociale attuale.

## Slimy rebirth

Nel passaggio dalla simulazione dove ha vissuto parte importante della sua vita alla navicella Nabucodonosor dove rinasce a nuova vita, Neo cambia la conoscenza di sé stesso ma cambia, in primo luogo, la percezione della materialità del suo corpo. Nella simulazione, mister Anderson risulta, ci risulta “normale”: è dotato di un corpo perfettamente aderente ai canoni con cui la cultura occidentale ha compreso l’umano. Keanu Reeves, d’altronde, è un’icona del nostro tempo e non fa che proseguire il tracciamento di dimensioni perfette che ha avuto nell’*homo vitruvianus* di Leonardo da Vinci una manifestazione paradigmatica. Risvegliandosi, nella navicella, Neo si scopre invece un cyborg, un ibrido di macchinico e organico, un post-uomo. Di fatto, Neo è un cyborg secondo due diverse angolazioni, poiché due sono le realtà che il suo essere cyborg gli permette di vivere. Neo, come tutti gli esseri umani nella finzione cinematografica, vive la sua vita in un bozzolo biomacchinico nel quale è nato. Questa condizione determina almeno due livelli di coniugazione con l’alterità macchinica: da un lato, infatti, la larva-Neo riceve il suo nutrimento direttamente dall’erogatore artificiale (e si ricordi che, a sua volta, quella larva diventerà nutrimento per l’impianto); dall’altro lato, parte di questo nutrimento sono impulsi nervosi attraverso i quali il cervello di Neo è portato a credere di vivere ed esperire il mondo a noi familiare, è portato a identificarsi in mister Anderson. Da un lato, quindi, lo stato di cyborg è raffigurato nella rinascita del protagonista nel ventre della Nabucodonosor: Neo è un “corpo invaso”<sup>2</sup> con le porte dell’invasione ben in vista; dall’altro, questo corpo invaso è anche un “corpo disseminato” nelle reti, un corpo capace di abitare la Matrice (Neo ci è presentato sin dall’inizio come un cowboy della console). In quanto invaso, il corpo di Neo è disponibile alla rinascita attraverso la biotecnologia; in quanto disseminato, è disponibile ai legami infotecnologici.

Baudrillard ha saputo cogliere questo orizzonte post-umano in pagine acute sul corpo ovvero sul carnaio di segni. Siamo costituiti dai segni che ci vengono tracciati addosso: “il corpo ha senso solo quando è marcato, rivestito di iscrizioni” (Baudrillard, 1976, p. 119). Il corpo stesso è segno, è risultante di una marcatura, di una separazione: quella che lo distingue e subordina all’anima. Solo per questa via il corpo diviene corpo biologico e, infine, negatività. Questa separazione è la radice del corpo come valore differenziale, come elemento da negoziare sino all’annullamento in cambio di un’identità. Dietro il proprio corpo, dietro la propria maschera, dietro la manipolazione dei segni, il soggetto negozia la propria identità, si costituisce come individuo: indiviso in sé, almeno apparentemente; diviso dal proprio corpo e dagli altri. Si autocertifica.

Questo corpo ottenuto da una barra divisorica non solo è fatto di segni ed è esso stesso segno, ma è “diventato un sistema totale di segni ordinati mediante modelli” (p. 126). Il corpo nel regno dei modelli funzionali continua a servire alla riproduzione del soggetto, ma come valore/segno, come corpo pacificato, come simulacro. Il nostro corpo è la realizzazione dei suoi modelli: prima il cadavere e l’animale, ora il robot e il mannequin. Si concretizza un’economia politica del corpo, che in quanto tale richiede equilibrio e

coerenza: sono queste la qualità del nostro corpo semiurgizzato, strutturalizzato, teatralizzato nella sua nudità.

Questo corpo è realizzazione dell'Umano. Grazie ad esso, alle forme che lo hanno denotato, l'uomo occidentale ha naturalizzato una produzione continua di differenze, di sotto-uomini: il codice della normalità ha rappresentato la legge fondamentale delle società occidentali. Un codice di reclusione, concentrazione, esclusione sociale che durante la modernità si è esteso dagli ospedali, dalle cliniche, dalle carceri, dai cimiteri a tutta la società attraverso quel potente vettore di razionalizzazione che è stata la fabbrica. Bisogna chiedersi perciò

se l'operaio non è in primo luogo come il folle, il morto, la natura, gli animali, i bambini, i negri, le donne – se il suo statuto fondamentale non è questo – non uno statuto di *sfruttamento* ma uno statuto di *scomunicazione* – non uno statuto di spogliazione e di sfruttamento, ma uno statuto di discriminazione e di bollatura (p. 43).<sup>3</sup>

Oggi ormai il lavoratore è stato promosso alla dignità di “essere umano”, ma nuove figure di sotto-uomini, di bestie emergono al nostro orizzonte: i corpi nudi degli immigrati che, come animali, sono presi nelle reti dei pescatori al largo delle coste della civiltà mediterranea.

La partita politica dei sotto-uomini non è mai conclusa: si continua a giocare sui segni del corpo, per i segni del corpo. Se il corpo come valore/segno ha prodotto distinzioni ed emarginazioni, il corpo è anche combustibile di scambio simbolico: è ciò che può essere smembrato anagrammaticamente, disperso a favore della comunità. È il corpo della sfida. Baudrillard ha saputo meravigliarsi perché “strano è che il corpo non è nient'altro che questi modelli in cui i differenti sistemi lo hanno rinchiuso, e allo stesso tempo è tutt'altra cosa: la loro alternativa radicale, la differenza irriducibile che li nega” (p. 129).

Baudrillard ha ricondotto questa stranezza ad una differenza tra il nostro corpo contemporaneo, il corpo dei modelli, e quello del primitivo, il corpo irriducibile che consuma i suoi segni in una relazione incessante con l'altro da sé, “consuma la sua identità, si mette in gioco come soggetto nell'appropriazione/espropriazione” (p. 120). Non si distanzia come soggetto da un mondo degli oggetti. Anche quelli che saranno modelli funzionali estradati – il cadavere, l'animale – non sono a lui distanti, rientrano appieno nella sua comunità di scambio.

Il cadavere, modello dell'Umano, rientra in una comunità di scambio non solo per il primitivo, ma anche per l'uomo barocco. Baudrillard riconosce ciò esplorando le catacombe del convento dei Cappuccini di Palermo: è impressionante passeggiare tra quelle nostre rovine, quei corpi così ben conservati da processi naturali di fossilizzazione, ancora coperti da indumenti irrigiditi quasi fossero di cartapesta, espressivi e comunicanti tra di loro e con noi. Qui la barriera infrangibile tra il regno dei vivi e il regno dei morti è lacerata: noi siamo loro, loro sono noi. Si realizza “una familiarità vivente, una «domenicalità» della morte” (p. 202). I primi corpi dissepolti dall'argilla del cimitero risalgono al Sedicesimo secolo, cioè al periodo barocco: non risalgono a un tempo immemore delle origini, ma ad uno dei momenti fondativi della modernità. Un momento

che non ha smesso di erodere la modernità del corpo glorioso e le cui istante critiche riemergono prepotenti nel tempo presente. Ha ragione Baudrillard a denunciare il tentativo di neutralizzare la morte, ma il commercio con i morti è sempre continuato e continua a segnare anche l'epoca presente, quella della spettacolarizzazione iperreale. Se è vero infatti che la neutralizzazione ha raggiunto probabilmente il suo apice con la guerra rarefatta e le bombe intelligenti, i corpi di Falluja o di Idlib, nella loro fluorescenza fosforica, hanno offerto uno spettacolo dell'ennesima inumanità dell'Umano: uno spettacolo che non ci ha lasciati indifferenti ma ha suscitato delle reazioni di comunione. Essere indifferenti (nella neutralizzazione) o accorgersi della differenza o addirittura farla emergere, risultano posizioni politiche che possono essere assunte anche nel mondo della digitalizzazione. Anche in questo si dà il problema della scelta o, almeno, dei margini di scelta.

Ritornando alla duplice articolazione dell'essere cyborg di Neo, questa è nello stesso tempo esaltata e compromessa da personaggi minori, come Tank, Dozer, Charles: essere umani "puri al cento per cento", discendenti direttamente dalla progenie umana, senza essere passati attraverso i gangli dell'impianto. È evidente che questa presenza se, da una parte, esalta la commistione tra organico e macchinico che è visibile in Neo e negli altri protagonisti principali, dall'altra, la compromette, nel senso preciso che si pone come monito del fatto che l'invasione tecnologica è alterativa dell'essere uomo e che, dunque, senza di essa sarebbe possibile rintracciare la nostra essenza naturale (originaria). Questa presenza, apparentemente marginale, offre una risposta importante alla domanda radicale: qual è la natura umana? È infatti rintracciabile una scissione tra l'incontaminato (i corpi di Tank, Dozer, Charles) e l'eteromanipolato (quelli di Neo, Morpheus, Trinity). La lotta di Neo e dei suoi compagni ha come scopo quello di ripristinare una condizione naturale (ideale) in cui gli uomini nascevano dagli uomini e non venivano coltivati dalle macchine, ed avevano corpi integri e non invasi da reti e flussi info-elettrici. Una condizione ideale che, come abbiamo accennato, Baudrillard pare aver rinvenuto tra i primitivi.

## Tribal dance

A Zion, dopo che Morpheus riceve l'assenso popolare alla sua perorazione, si scatena una danza di corpi nudi e tamburi battenti, che la regia monta in alternato ad una scena erotica tra Neo e Trinity. Una danza nella quale la comunità ritrova la continuità dell'essere-insieme, ritrova un comune sentire, dopo essersi divisa sulle decisioni da prendere e prima di affrontare la battaglia decisiva. Questa sfrenata danza di forte impatto visivo mostra assai bene quella che in Georges Bataille figura come "la nostalgia della perduta continuità" e che connota l'esplorazione baudrillardiana dei temi centrali sopra richiamati (il terzo ordine di simulacri e il carnaio di segni).<sup>4</sup>

Lo scambio simbolico era ciò che determinava le società primitive: in esse, grazie alla mediazione decisiva della morte, tutto era reversibile e consumabile, niente si ipostatizzava in un qualsiasi valore. Il linguaggio era innocente in quell'età dell'oro nella

quale “esso non [doveva] raddoppiare ciò che [afferitava] con un effetto di realtà” (Baudrillard, 1976, p. 85). Non era necessario un effetto di realtà che desse senso al corso delle cose. La realtà era di per sé segno, comprensibile immediatamente (cioè senza mediazione tecnologica, senza linguaggio) per la comunità: era proprio questa immediatezza a fondare la comunità. “Vi fu un tempo in cui” il corpo non era ancora biologico. Il potere non era ancora gioco di rappresentazione e a maggior ragione neppure di simulazione.

La risposta alla modellizzazione dello spazio digitale, dei simulacri, è indicata da Baudrillard proprio in un nuovo tribalismo: quello dei graffiti. Denominazioni tribali o nuovi tatuaggi che sterminano il sistema capovolgendone l'indeterminazione. Significanti vuoti usati per un intenso scambio collettivo, per ricreare comunità.

Ciò che questi nomi rivendicano non è una identità, una personalità, è l'esclusività radicale del clan, della banda, della gang, della classe di età, del gruppo o dell'etnia, che, come si sa, passa per la devoluzione del nome e la fedeltà assoluta a questo nome, a questo appellativo totemico, anche se questo proviene dritto dritto dai fumetti underground (p. 93).

Dall'altronde, anche la ricomposizione dei corpi di Zion avviene grazie alla danza tribale che suggella la decisione politica a discapito delle technicalità dell'assemblea dei rappresentanti e degli esperti, che appare invece del tutto artificiosa.

Vecchio vezzo dei sociologi quello di opporre forme semplici e immediate a forme complesse e mediate, la comunità alla società. E, a oltre un secolo dalla distinzione di Ferdinand Tönnies, a oltre un quarantennio dallo schizzo baudrillardiano, siamo ancora a confrontarci con le tracce (immaginate) di comunità, rivendicate dagli etno-nazionalismi nelle nostre lande. Forse però la comunità tribale non è mai esistita e mai esisterà. Forse è solo il disegno compensativo di una esternalità del tempo immemore rispetto alla difficoltosa attualità del tempo presente. Forse è anch'essa in ultima analisi un simulacro: si potrebbe dire la condizione “altra” senza la quale non si poteva elaborare una teoria dei simulacri. In definitiva, una sorta di meta simulacro.

Ma ne abbiamo davvero bisogno? Baudrillard ci ha offerto l'opportunità di sterminare anche questa istanza direttiva, questa tonalità del suo stesso discorso. Nel momento in cui si coglie l'indecidibilità dei modelli, si apre una partita decisiva e del tutto politica: quella della decisione. Se nulla ha il fondamento di una garanzia, niente può più essere naturalizzato. Ciò significa che i media continuano a proporci modelli direttori ma, nella disseminazione delle reti digitali, non hanno ormai più la forza di presentarli come “naturali”. Il potere continua ad esercitarsi e anche a volersi assoluto, ma la sua soluzione è ormai duplice: non c'è più qualcosa che lo limita, può cioè diffrangersi in varianti equivalenti, sdoppiarsi per moltiplicarsi, ma non c'è più neppure qualcosa che lo fonda e lo garantisce. È costretto a mostrare “l'assenza di *arkhè*, la pura contingenza di ogni ordine sociale” (Rancière, 1995, p. 36).

Nell'epoca dei simulacri di terzo ordine, l'unica istanza che ancora si aggrappa ad una realtà data, che cerca di essere naturale, è proprio quella che più di altre ha innescato e promosso i processi di simulazione: il mercato. Continuare a comprendere la simulazione

che abitiamo è l'antidoto più importante nei confronti delle permanenti velleità naturalistiche del mercato. E questo antidoto ci è stato lasciato in dono proprio da Jean Baudrillard.

La danza tribale nelle viscere di Zion, nella sua deriva orgiastica, non prende in carico la contaminazione, l'invasione, l'ibridazione tra organico e macchinico che segna i danzatori. Anche a proposito dei corpi, l'impostazione baudrillardiana corre il rischio di precipitare verso una deriva aurorale. È importante, ineludibile la duplice denuncia di Baudrillard: "prendere le parti del corpo è illusorio" (Baudrillard, 1976, p. 131), poiché la produzione di questo corpo naturale è un processo del tutto sociale, così come illusoria è la sua liberazione, la liberazione dell'energia desiderante che quel corpo racchiuderebbe in sé come una brocca l'acqua.

Tale denuncia, però, non può essere mossa da una prospettiva rivolta al passato che non è più e non è mai stato: il corpo del primitivo è stata a sua volta costruzione storica, di un'altra storia. Considerare la riduzione dell'essere umano a simulacro e a codice è lacerante, può far sorgere un rimpianto per uno stato pre-codifica in cui si finisce con il credere di rinvenire una sorta di corpo originale, autentico, solo capace di essere *naturalmente* in armonia con una qualche parte spirituale dell'uomo. Si può seguire questa strada con la speranza di ricomporre una delle fratture più profonde della cultura occidentale, quella tra anima (pensiero a priori) e corpo. Ma il rinvenimento di un'armonia originaria, a sua volta, rischia di confermare e ribadire con più forza tale frattura proprio nella ipostatizzazione di tale momento originario. Qui si segnala eminentemente come Baudrillard non sia riuscito a eliminare del tutto dal suo pensiero un residuo di platonismo, come nonostante il suo continuo tentativo di andare "oltre", di strappare il segreto, permanga in lui una sorta di "fede in un *originale*, in uno stato delle cose che esisteva prima della loro rappresentazione, riproduzione, simulazione" (Chambers, 1994, p. 64; *sott. nostra*). Baudrillard stesso, del resto, ci ha insegnato a diffidare degli aggettivi: come *parfait, originel* è aggettivo insidioso, che finisce con il divorare, con lo sterminare qualsiasi sostantivo a cui è accostato (cfr. Baudrillard, 1995). Così né il delitto né la seduzione riescono a resistere ai bagliori dell'aurora.

Ciò non toglie, tuttavia, che la denuncia avanzata da Baudrillard sia utile proprio per evitare quel imperialismo del codice che, nell'epoca postgenomica, incarna la definitiva manifestazione del pensiero metafisico occidentale. La binarietà del codice finisce con il proporre un nuovo elemento davvero ultimo, una nuova essenza che in profondità, nella profondità delle nostre membra, può fondare una contemporanea chiusura identitaria. Andare oltre significa oggi riconoscere la nostra mutazione continua, senza residui direbbe Baudrillard. Su tale mutazione non abbiamo garanzie ma il suo riconoscimento può rappresentare l'inesco di processi realmente emancipativi.

In conclusione, Baudrillard ha saputo cogliere il sogno in cui viviamo, ma è riuscito in questo tentativo solo contrapponendo l'ordine contemporaneo a un ordine esterno, primitivo nel quale si viveva e non si sognava. È mancato a Baudrillard un compiuto movimento nicciano, una inderogabile volontà di "continuare a sognare, pur sapendo di sognare". Lucido e coraggioso nello sforzo di alzarsi dal giaciglio, Baudrillard non ha voluto accettare l'indispensabilità di un guancialetto per il nostro vivere quotidiano. È dentro

questa dimensione simulacrale, e non sulla scorta di un impossibile aldilà, che si deve continuare a sviluppare pensiero critico e azione politica per una catastrofe dei simulacri, agita cioè *mediante* essi stessi, attraverso la loro stessa infondatezza.

### Nota biografica

Antonio Tursi ha conseguito l'abilitazione come professore di seconda fascia in *Filosofia politica* e il dottorato di ricerca in *Teoria della comunicazione* presso l'Università di Macerata. È senior fellow del McLuhan Program in Culture and Technology. Si occupa del rapporto tra forme espressive, forme politiche e scenari mediali. Tra le più recenti pubblicazioni: *Partecipiamo. Tra autorappresentazione dei media e rappresentanza dei partiti* (Mimesis, Milano 2015); *Immagini del conflitto. Corpi e spazi tra fantascienza e politica* (Meltemi, Milano 2018).

### Bibliografia

- Baudrillard, J. (1976). *L'échange symbolique et la mort*. Paris: Gallimard; trad. it. (1979), *Lo scambio simbolico e la morte*. Milano: Feltrinelli, 2002.
- Baudrillard, J. (1977). *Oublier Foucault*. Paris: Galilée; trad. it. (1977), *Dimenticare Foucault*, Bologna: Cappelli.
- Baudrillard, J. (1981). *Simulacres et simulation*. Paris: Galilée; trad. it. parz. (2008), *Simulacri e imposture. Bestie, Beauborg, apparenze e altri oggetti*. Milano: PGreco.
- Baudrillard, J. (1995). *Le crime parfait*. Paris: Galilée; tr. it. (1996), *Il delitto perfetto. La televisione ha ucciso la realtà?*, Milano: Raffaello Cortina.
- Benjamin, W. (1936). *Das kunstwerk im zeitalter seiner technischen reproduzierbarkeit*. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1955; trad. it. (1966), *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica. Arte e società di massa*. Torino: Einaudi, 1991.
- Caronia, A. (1996). *Il corpo virtuale*. Padova: Muzzio.
- Chambers, I. (1994). *Migrancy, culture, identity*. London - New York, NY: Routledge; trad. it. (1996), *Paesaggi migratori. Cultura e identità nell'epoca post-coloniale*. Genova: Costa & Nolan.
- Dick, P.K. (1964). *The simulacra*. New York, NY: Ace Books; trad. it. (1998), *I simulacri*. Roma: Fanucci, ed. 2005.
- McLuhan, M.H. (1964). *Understanding media. The extension of man*. New York, NY: McGraw-Hill; trad. it. (1995), *Gli strumenti del comunicare*. Milano: Il Saggiatore.
- Rancière, J. (1995). *La méésentente. Politique et philosophie*. Paris: Galilée; trad. it. (2007), *Il disaccordo. Politica e filosofia*. Roma: Meltemi.

### Note

<sup>1</sup> La traduzione italiana è del 1979, da questa sono tratte le citazioni di Baudrillard in questo contributo (precisamente dalla terza edizione, aprile 2002, nella collana "Universale Economica" della Feltrinelli); il passo sopra riportato è tratto da p. 84.

<sup>2</sup> Utilizziamo due concetti, quello di “corpo invasivo” e quello di “corpo disseminato”, elaborati in Caronia, 1996.

<sup>3</sup> Già solo in questo passo si osserva la linea di continuità con il maestro Michel Foucault ma, nello stesso tempo, la discontinuità rivendicata provocatoriamente l'anno seguente a *L'échange symbolique et la mort* con l'uscita di *Oublier Foucault*: la discontinuità tra potere e simulacro, tra produzione e seduzione, tra politica e simbolico (cfr. Baudrillard, 1977).

<sup>4</sup> In *Simulacres et simulation*, si fa cenno anche alla “nostalgia di un referente perduto” (Baudrillard, 1981, p. 21). “Quando il reale non è più quel che era, la nostalgia assume tutto il suo significato” (p. 67).

## Apocalisse del terrore. Baudrillard tra intelligenza del Male e stupidità del Bene\*

Massimo Canepa\*\*

Libera Università di Lingue e Comunicazione – IULM

This essay explores and interprets the radical thought of the latest Baudrillard.

If the transparent Evil turns into a ventriloquist in such a way that Evil's intelligence reveals itself in Good's Foolishness, there is no way to escape the law of reversibility: if one wants to reach power by means of the image, then they are bound to be killed by the return of that same image, since the carnival of the image is also self-cannibalization through the image. The result is an Apocalypse that becomes viral through the media: the terror of the anti-hegemony mingles with the terror of the hegemony itself, namely those parodistic events, those symbolic ways of dissuasion that, foolishly, put strain on how the system presents itself. Zidane's header at the Football World Cup 2006 as well as Trump's "ass-clown" behaviour (as described by A. James) have to do with the self-cannibalization which hegemony can't shirk.

On the other hand, the media pave the way to these events so that the background of the non-event turns into the ordinary place of inquiry, a place where "the image is a savage analyst of reality". On this background, the videos showing the beheadings done by Isis are mingled with Hollywood movies and the capture of the executioner dubbed The Bulldozer becomes the parody of Abu Ghraib's pictures, "terrorists without even knowing it".

Reflecting upon the latest Baudrillard becomes of outmost importance in order to learn how to read and interpret radically the image of terror. It's one thing to understand the different kinds of Evil's Intelligence, quite another to believe the imperatives of Good's Foolishness.

**Keywords:** Stupidità; Bene; Immagine; Terrorismo; Apocalisse

### Pensiero radicale e forme del Male

All'indomani dell'11 settembre, Baudrillard scrive:

La tattica del modello terroristico consiste nel provocare un eccesso di realtà e nel far crollare il sistema sotto tale eccesso. Tutto il ridicolo della situazione e insieme tutta la violenza mobilitata dal potere gli si ritorcono contro, perché gli atti terroristici sono insieme lo specchio esorbitante della sua stessa violenza e il modello di una violenza simbolica che gli è vietata, della sola violenza che non possa esercitare: quella della propria morte (Baudrillard, 2002a, p.25).

Nel febbraio dello stesso anno esce anche *Il pensiero radicale*, versione rivista e corretta dell'omonimo capitolo de *Il delitto perfetto* del 1995. L'attentato alle Twin Towers si rivela così il banco di prova della riflessione del pensatore francese, secondo cui "tutto quel che

---

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

\*\* Email: maxcanepa@alice.it

si può fare è rispondere a un evento con un altro evento, cioè con un'analisi eventualmente inaccettabile quanto l'evento stesso" (Baudrillard, 2002b, p. 19). Mentre l'analisi critica "lavora a negoziare il suo oggetto nello scambio del senso e dell'interpretazione", il pensiero radicale "tenta di strapparla a questa trattazione e di restituirlo allo scambio impossibile". Non c'è spiegazione bensì duello tra evento e pensiero: "è il prezzo da pagare perché l'evento conservi la sua letteralità" (p. 20). La conclusione del ragionamento è nota:

*l'illusione di estirpare il terrorismo come un male oggettivo è totale, perché, così com'è, nella sua assurdità e nel suo non senso, il terrorismo è il verdetto e la condanna che la nostra società pronuncia su se stessa (p. 70).*

Nel 2004, l'analisi si fa ancor più radicale:

Il terrorismo può essere interpretato come l'espressione della dissociazione interna di una potenza divenuta onnipotente – violenza mondiale immanente allo stesso sistema mondo. Ed è un'illusione volerlo estirpare come un male oggettivo, quando, nella sua stessa assurdità, è l'espressione della condanna che questa potenza pronuncia su se stessa. (...) Se il terrorismo è il Male – e lo è certamente nella sua forma, non certo nell'accezione di G.W. Bush – allora è questa intelligenza del Male che dobbiamo capire, è questa convulsione interna dell'ordine mondiale, di cui il terrorismo è insieme il momento evenemenziale e il ritorno-immagine (Baudrillard, 2004a, p. 139).

In una conferenza del 2005, Baudrillard sottolinea che il cosiddetto "Asse del Male" non esiste se non come "alibi perfetto per l'esercizio e l'egemonia del Bene". Tuttavia, se da un lato "è necessario creare un asse del Male per giustificare quello del Bene", dall'altro ciò si rivela un errore perché "quando si cerca di combattere il Male su quest'asse immaginario, che lo si faccia militarmente o politicamente, esso sfugge". È uno "scontro asimmetrico" perché "non si tratta di una opposizione frontale, ma piuttosto di una convulsione nel cuore stesso del Bene" (Baudrillard, 2005a, pp. 18-19).

Si gioca qui la differenza tra *credere* nella "potenza del Male" – come vuole l'Asse del Bene – e *comprendere* l'"intelligenza del Male" – come intende Baudrillard, perché se "il Male è una forma, per lo più profondamente sepolta, non si può che farla emergere ed essere in connivenza con essa" (Baudrillard, 2004a, p. 120).

In uno degli ultimi interventi, Baudrillard conclude che "negando l'esistenza del Male (tutte le forme di alterità radicale, eterogenea, irconciliabile)", in realtà il Bene lo ha in qualche modo liberato: "volendosi come Bene Assoluto, ha slegato il Male da ogni dipendenza, gli ha reso la sua potenza autonoma, che non è più quella del negativo, ma quella di *cambiare le regole* del gioco" (Baudrillard, 2006, pp. 59-60).

Venendo meno la potenza del negativo, il Male cambia le regole del gioco e "*diventa ventriloquo*". In altri termini: l'Intelligenza del Male si manifesta nella Stupidità del Bene e "questo trasparire del Male in tutte le figure del Bene, questa presenza occulta è la matrice di tutti gli effetti perversi e, in particolare, del fatto che quanto oggi si oppone al sistema ne è solo lo specchio involontario" (Baudrillard, 2004a, p. 120).

## **Bêtise del politico**

Il 20 gennaio 2017 Donald Trump si è insediato alla presidenza degli USA. Poco tempo dopo, il 6 marzo, cadeva il decennale della morte di Baudrillard.

Mentre commentatori e studiosi tentavano di venire a capo del fenomeno Trump, il silenzio che ha circondato Baudrillard è stato sintomatico, soprattutto se considerato alla luce delle sue riflessioni sulle elezioni americane:

La mascherata in stile Schwarzenegger può servire come illustrazione a qualsiasi struttura di potere e al funzionamento stesso del politico. Si può analizzarlo come caricatura della democrazia. Come parodia grottesca – che lascerebbe la speranza, smascherandola – di un esercizio razionale del potere. Ma se si fa l'ipotesi che il potere non si sostiene che con questa simulazione grottesca, e che è in qualche modo una sfida alla società e niente affatto la sua rappresentazione, allora Bush è l'equivalente di Schwarzenegger. Meglio: entrambi assolvono perfettamente il loro ruolo e sono *“the right men in the right place”*. Non perché un paese o un popolo avrebbe, secondo la formula, i dirigenti che merita, ma perché sono essi l'emanazione della potenza mondiale in quanto tale. La struttura politica attuale degli Stati Uniti corrisponde letteralmente al loro dominio su scala mondiale: Bush dirige gli Stati Uniti allo stesso modo in cui gli Stati Uniti esercitano la loro egemonia sul resto del pianeta – non c'è quindi alcun motivo d'immaginare una alternativa (Baudrillard, 2004b, pp. 16-18).

È il paradosso che smentisce l'ideale dell'intelligenza al potere, perché la permanenza della stupidità costituisce la prova che con ogni probabilità la stupidità fa parte degli attributi del potere, è un privilegio della funzione. Secondo Baudrillard ci deve essere “una specie di genio maligno che spinge le persone a eleggere qualcuno più stupido (*bête*) di sé – per precauzione nei confronti di una responsabilità di cui si sempre diffida non appena incombe dall'alto, e per il giubilo segreto di assistere allo spettacolo della stupidità (*bêtise*) e della corruzione degli uomini al potere”. Di conseguenza, serve uno sforzo sovrumano per decidere di scegliere il migliore, ed è questo il motivo per cui, soprattutto nei momenti difficili, “i cittadini si sposteranno in massa verso colui che non chiede loro di riflettere” (p. 20). Vale lo stesso discorso per Trump?

In questa funzione “stupida” (“stupid”) e ereditaria, il potere è una configurazione virtuale che assorbe e metabolizza a proprio vantaggio qualsiasi elemento. Può essere fatto di innumerevoli particelle intelligenti, ciò non cambierà niente alla sua struttura opaca – è come un corpo che cambia le cellule senza smettere di essere lo stesso. Così, ben presto ogni molecola della nazione americana, come per una trasfusione di sangue, sarà venuta da altrove. L'America sarà diventata nera, indiana, ispanica, portoricana, senza smettere di essere l'America. Essa sarà anche tanto più miticamente americana di quanto non lo sarà più “autenticamente”. E tanto più fondamentalista di quanto non avrà più fondamento (ammesso che l'abbia mai avuto, dato che i Padri Fondatori erano venuti da altrove). E tanto più integralista di quanto sarà diventata, nei fatti, multirazziale e multiculturale. E tanto più imperialista di quanto sarà diretta dai discendenti degli schiavi. È così. È un paradosso, ma che smentisce la tesi dell'immaginazione al potere (pp. 21-22).

La campagna elettorale di Trump, così come i suoi primi decreti presidenziali (il muro con il Messico e il divieto d'ingresso negli USA di cittadini di Paesi islamici non graditi), non sono forse in linea con il paradosso citato?

Se l'elezione di Schwarzenegger segna la riduzione della politica ad un gioco di idoli e tifosi, un immenso fatale passo verso la fine del sistema rappresentativo – “ovunque colui che punta sullo spettacolo perirà per colpa dello spettacolo. E questo vale per i ‘cittadini’ come per i politici” (p. 24) – da tutto ciò non bisogna però concludere il degrado dei costumi politici americani:

eleggendo Schwarzenegger (o ancora nell'elezione truccata di Bush nel 2000), in questa parodia allucinante di tutti i sistemi di rappresentazione, l'America si vendica a modo suo del disprezzo simbolico di cui è l'oggetto. È attraverso ciò che l'America fa la prova della sua potenza immaginaria, perché in questa fuga in avanti nella mascherata democratica, in questa impresa nichilista di liquidazione dei valori e di simulazione totale più ancora che sul terreno della finanza e delle armi, nulla può eguagliarla, ed essa sarà per molto tempo ancora diversi passi avanti” (p. 25).

È questa forma estrema, empirica e tecnica, di derisione e di profanazione dei valori, il segreto dell'egemonia mondiale americana.

## Cannibali a Stoccolma

Passano gli anni e cambiano i protagonisti, ma l'analisi di Baudrillard non perde d'attualità. Prendiamo lo scontro via twitter tra Trump e Schwarzenegger sugli ascolti della trasmissione *The apprentice*: quale miglior esempio del rapporto osmotico e continuativo tra spettacolo e politica – oltre al fatto che entrambi hanno una stella sulla *Walk of Fame*? Oppure, per un altro verso, prendiamo le rivelazioni sui presunti rapporti tra lo staff trumpiano e alcuni emissari di Mosca: Putin non ha forse bisogno della stupidità di Trump tanto quanto Bin Laden aveva bisogno della stupidità di Bush?<sup>1</sup>

La stupidità qui intesa non è tanto quella derivante da stupire/stupore, quanto la *bêtise*, la stupidità bestiale, l'irragionevolezza istintiva.<sup>2</sup> Lo stupido di Baudrillard non è colui che resta attonito, stupefatto, ma colui che reagisce istintivamente. C'è della fierezza in questa bestialità; e poiché bestie erano le fiere che dovevano combattere contro i gladiatori nel circo, c'è anche spettacolo, arena, scontro – come nel confronto grottesco tra *The Donald* e *The Terminator* sulle sorti del citato *reality show*.<sup>3</sup>

L'“egemonia”, che nell'analisi baudrillardiana ha storicamente, politicamente ed economicamente preso il posto della “dominazione”, è esattamente questa “carnevalizzazione del potere”, una “mascherata mondiale”; fondata sulla dissoluzione dei valori universali, ne diffonde la simulazione, la parodia: “dopo aver imposto il proprio dominio mediante la Storia, l'Occidente estende ora la sua egemonia mediante la *farsa della Storia*” (Baudrillard, 2005a, pp. 15-26).

La carnevalizzazione del potere deve però fare i conti con la sua cannibalizzazione ad opera degli stessi soggetti che carnevalizza. Come accadde durante la conversione di

massa di Recife (Brasile, XVI secolo), che finì con una scorpacciata di vescovi: “vittime di questa mascherata evangelica, gli indigeni se ne approfittarono spontaneamente, assorbendo fisicamente chi li aveva assorbiti spiritualmente” (p. 27).

Di conseguenza, se l’Occidente è diventato “la grande sfilata di una cultura prigioniera dell’eccesso che si offre in pasto a se stessa, si autodivora nel consumo di massa e di tutti i beni possibili” (p. 27), di fronte alla sfida che ciò rappresenta per il resto del mondo, la posta in gioco – “di orgoglio, fierezza e morte” – non può che essere simbolica e radicale, come la risposta terrorista che suscita.

Il terrorismo, cannibalizzando il sistema, mette in luce una volta di più la forma carnevalesca dell’egemonia: “una immensa simulazione, un immenso *reality show* in cui non siamo che vergognose comparse” (p. 16).

Non è dunque un caso che Baudrillard si rifaccia al *Grande Fratello* ed alla sua “messa in scena dell’asservimento” per riassumere la sudditanza volontaria di “questa socializzazione integrale, tecnica e sperimentale nella quale siamo immersi, la quale sfocia nell’incatenamento automatico degli individui all’interno di processi consensuali senza appello” (Baudrillard, 2001, p. 45). Una “microsituazione esistenziale” che esemplifica la macrosituazione generale:

È con una vera e propria sindrome di Stoccolma su scala collettiva che abbiamo a che fare – quando l’ostaggio diventa complice di colui che l’ha preso in ostaggio – e dunque con una rivoluzione del concetto di schiavitù volontaria e del rapporto padrone-schiavo. Quando la società intera diventa complice di quelli che l’hanno presa in ostaggio, così come quando ogni individuo è al tempo stesso l’ostaggio e il rapitore (p. 53).

Oltre che per illustrare la “complicità inconfessabile” dell’11 settembre tra “loro che l’hanno fatto” e “noi che l’abbiamo voluto” (Baudrillard, 2002a, pp. 9-10), Baudrillard utilizzò la sindrome di Stoccolma anche e soprattutto per spiegare un precedente evento mediatico: la morte di Diana. Secondo Baudrillard, infatti, i successivi e interminabili commenti sulla morte di Lady D. – tragica fatalità o cinico complotto – nascondono il “rimorso collettivo” di un assassinio virtuale, un “rimorso legato all’esaltazione segreta non tanto della morte quanto dell’evento imprevedibile”. Ecco dunque l’oscuro oggetto del nostro desiderio: l’“evento”, lo “sconvolgimento dell’ordine delle cose”, il “sacrificio delle figure più gloriose (le star, gli uomini politici...)”. Insomma: il “desiderio assolutamente sacrilego d’irruzione del Male” (Baudrillard, 1999, pp. 141-142).

Qui l’analisi di Baudrillard non solo converge con quella di Benjamin de *L’opera d’arte nell’epoca della sua riproducibilità tecnica*, ma la porta alle estreme conseguenze: come il rapporto con l’apparecchiatura ha determinato la comparsa del divo, dello sportivo e del dittatore, così il vuoto degli schermi, lo sfondo di non-evento, prepara l’evento in cui il divo, lo sportivo e il dittatore vengono sacrificati.<sup>4</sup> Prodotti dell’egemonia che finiscono per cannibalizzare se stessi davanti ai nostri occhi compiaciuti: è la sorte toccata a divi come Michael Jackson e Prince, a dittatori come Saddam e Gheddafi e, in modo meno cruento, al calciatore Zidane.

## Colpi di testa

Ne *Le mal ventriloque*, sulla scorta delle analisi de *L'impero del Bene* di Philippe Muray,<sup>5</sup> Baudrillard riconosce che è nell'estensione del dominio della Farsa, nella benefica anestetizzazione generalizzata, che il Male "instaura l'egemonia della stupidità (*bêtise*) – che è *tout court* l'equivalente dell'egemonia" (Baudrillard, 2006, p. 65).

Di tutte le modalità improntate dal negativo proscritto, e quindi destinato a trasparire in modo ventriloquo, "la stupidità (*bêtise*) è la più banale quanto la più misteriosa". In mancanza di un'istanza superiore, bisogna lasciare che "l'immensità della stupidità (*bêtise*) stessa" si dispieghi in tutta la sua ossessione, ovverosia "lasciar parlare il Male 'attraverso la pancia' (par le ventre)" e trarne tutta l'energia possibile:

Questa mascherata, questa banalità del Male dietro l'Impero del Bene, bisogna lasciarla lavorare alla propria derisione. È questa l'intelligenza del Male. Del resto, in assenza ormai di una potenza attiva del negativo, da dove potrebbe venirci oggi l'energia, se non da una abreazione violenta a questa stupidità diffusa (*stupidité ambiante*)?

Da quando il Bene regna e pretende di incarnare la verità, è il Male che traspare (qui passe à travers) (p. 66).

Ad esempio, al referendum francese del 2005 sulla Costituzione europea, secondo Baudrillard fu la *bêtise* a esprimersi: "questa *bêtise* è precisamente l'Intelligenza del Male. È il Male ventriloquo che ha risposto No al referendum". Non fu l'opera del Negativo, che condivide con il Sì l'appartenenza alla Ragione Politica, ma un No illogico, refrattario alla Ragione Politica e animato dall'esigenza di non prestarsi allo stratagemma dialettico (pp. 67-69). Un No illogico che, nelle sue manifestazioni, è rifiuto di e opposizione a tutto ciò che vuole fare e imporre il Bene:

la potenza mondiale paga per questa gigantesca purificazione etnica che ha portato avanti contro il negativo: avendo abolito il negativo, essa non può più essere "dialetticamente" negata, soltanto la minacciano una negazione molto più violenta, un rifiuto e un disconoscimento radicale – sotto una forma particolarmente ironica, poiché passa per una sorta di autodistruzione cannibale (pp. 80-81).

Non si tratta di critica politica, sociale o economica, bensì di dissidenza, del "rifiuto di giocare il gioco" come ha fatto Zidane con il colpo di testa nella finale dei Mondiali del 2006: "un atto folgorante di squalifica, di sabotaggio, di 'terrorismo'" (p. 83).

Con quel gesto, Zidane ha interrotto il rituale dell'identificazione planetaria, la cerimonia nuziale tra sport e pianeta; rifiutandosi di essere idolo e specchio della mondializzazione in un evento così emblematico, Zidane ha rotto il patto universale che permette la trasfigurazione della nostra realtà per opera del Bene. Quel gesto ha rivelato il principio di un evento vero e proprio, uno di quegli eventi singolari che contestano la mondializzazione/egemonia.

Il gesto di Zidane, come l'11 settembre, corrisponde al momento in cui la potenza mondiale, al culmine del successo, si trova a fare i conti con una convulsione automatica per la quale non c'è una ragione valida:

Ciò che distingue questa sorta di evento dall'evento storico, è che esso non procede né da una rivolta, né da un rapporto di forza, né dal lavoro del negativo. Se Zidane mette in scacco in un colpo solo, se sfida senza rifletterci la potenza mondiale incarnata nel calcio, non è affatto per un sentimento di rivolta o di opposizione a qualcosa. È da molto tempo che tutto ciò che viene da questo pensiero critico e rivoluzionario, da questa forma dialettica di oltrepassamento, è vuotato della sua sostanza.

Da questo lato, i giochi sono fatti – ma non lo sono dal lato della potenza alle prese con se stessa. Ed è per un'ironia altrettanto diabolica che questa strategia di assorbimento crea le condizioni stesse del suo rovesciamento (pp. 89-90).

Avendo eliminato tutte le soluzioni ed essendosi posta essa stessa come soluzione finale, all'egemonia non resta altra alternativa che il crollo, il rovesciamento al termine di un processo che non ha altri avversari se non il nulla e la morte che porta in sé sin dall'origine ma che “cerca disperatamente di cancellare grazie all'irraggiamento totale del mondo”.

Per Baudrillard “risvegliare la morte al cuore della potenza” è la figura del nuovo antagonismo, che non può darsi se non attraverso eventi più sottili dell'insurrezione frontale o della difesa dei diritti dell'uomo, ovverosia “attraverso degli eventi parodistici, attraverso tutte le forme simboliche di dissuasione, di *deterrence* – quindi attraverso le diverse forme di terrore. In questo senso, il gesto di Zidane è un atto terroristico” (pp. 90-91).

Tuttavia, se il terrorismo è anche e soprattutto l'insieme “del terrorismo e dell'antiterrorismo” (Baudrillard, 2004a, p. 139), in esso si iscriveranno anche e soprattutto i gesti e le dichiarazioni di Trump, contro cui gran parte dello *star system* hollywoodiano non perde occasione per protestare – così confermando l'aderenza tra *fiction* e politica. Ogni colpo di testa, ogni gesto di “autodistruzione cannibale” di Trump si iscrive nel trionfo di quella Stupidità del Bene che, deridendo se stessa, realizza l'Intelligenza del Male. Ancora una volta, non si tratta del degrado dei costumi americani, ma di quell'ondata che “irrompe dal fondo dell'antropologia” e che altro non è che la nostalgia che hanno coltivato tutte le eresie sul significato della storia – il sogno, l'attesa dell'“evento assoluto” capace di “smascherare” in un colpo solo l'immenso complotto che ci sommerge. E “questa attesa è sempre al cuore dell'immaginario collettivo. L'Apocalisse è lì, a dosi omeopatiche, in ciascuno di noi” (Baudrillard, 2006, p. 97).<sup>6</sup>

## Immagini della stupidità

L'Apocalisse del terrore è innanzitutto un'Apocalisse mediatica perché la violenza terrorista “sorge dallo schermo, è della stessa natura delle immagini”: con la precessione dei media “siamo tutti complici nell'attesa di uno scenario fatale, anche se siamo commossi o stravolti nel momento in cui si realizza” (Baudrillard, 1990, pp. 85-86). Lo

sfondo perpetuo del non-evento diventa così luogo privilegiato d'indagine, luogo dell'“immagine come analista selvaggio della realtà” (Baudrillard, 2005a, p. 51).

È dunque sulle immagini che dobbiamo ragionare per cogliere le forme del Male: non solo quelle sepolte che troviamo lungo “tutte le strade dell'egemonia”, ma anche quelle che emergono con violenza lungo le strade della “contro-egemonia”. Bataclan, Pulse, Charlie Hebdo, Nizza, Berlino, Istanbul, Manchester sono le nuove forme della sfida al carnevale occidentale: non più ai simboli del potere economico-politico – il *World Trade Center* –, ma ai suoi luoghi di libertà e divertimento, festa e trasgressione – luoghi d'incontro dell'*homo festivus* che abita l'*Impero del Bene*.

È il nuovo spirito del terrorismo. A breve distanza dall'11 settembre, Baudrillard scriveva che è il sistema stesso ad aver creato le condizioni oggettive per l'attacco:

A un sistema che con il suo eccesso di potenza lancia una sfida insolubile, i terroristi rispondono con un atto definitivo a sua volta impossibile da ricambiare. Terrore contro terrore – non c'è più ideologia dietro tutto questo. (...) Il terrorismo è nel cuore stesso della cultura che lo combatte (...). Non si tratta di uno scontro di civiltà né di religioni (...). È un antagonismo fondamentale (...) che designa (...) *la mondializzazione trionfante alle prese con se stessa* (Baudrillard, 2002a, pp. 14-16).

Poiché il successo dell'attacco alle torri gemelle ha determinato “la perdita di credibilità, la crisi dell'immagine” del sistema, che “può funzionare solo se può scambiarsi contro la propria immagine” (Baudrillard, 2002b, p. 52), all'immagine della potenza è subentrata l'immagine del Bene; ma nemmeno questa può sottrarsi alla legge di reversibilità, secondo cui chi vuole ottenere il potere con l'immagine allora morirà per mano del ritorno-immagine (Baudrillard, 2005, p. 25 e 2005b, pp. 48-51).

Tuttavia, trattandosi di una formula reversibile, anche il sistema se ne serve e condanna la bestialità, la cattiveria animale del terrorismo non solo facendo ricorso ad un fantomatico Asse del Male che vuole rovesciare l'Impero del Bene, ma anche e soprattutto diffondendone la caricatura: da una parte fa risaltare l'animalità di Bulldozer, l'enorme boia dell'Isis, denudandolo, immobilizzandolo e caricandolo su un camioncino come trofeo di caccia; dall'altra garantisce all'abbattimento del gorilla dello zoo di Cincinnati (ucciso per salvare il bambino caduto nella gabbia) “più emozioni e più copertura mediatica della decapitazione di ventuno cristiani” (Meotti, 2016). Sono gli effetti di un ritorno-immagine bestiale, che s'inscrive nella scala valoriale d'Occidente, secondo cui l'umano gode di privilegi assoluti e l'animale è ridotto a bestia; con la conseguenza che cancellare il limite tra i due significa ridurre l'uomo a “caricatura immonda del mito dell'animalità che lui stesso ha istituita” (Baudrillard, 1976, p. 185).

Anche se l'Occidente risponde alle sfide dei terroristi mediaticamente con immagini caricaturali (e politicamente con bombardamenti chirurgici), a livello simbolico però finisce ancora sconfitto. I filmati delle decapitazioni dell'Isis che circolano in rete non fanno che ripeterci che i cannibali siamo noi, ci rimandano la nostra stessa violenza – come suggerisce Baudrillard nella sua ultima interpretazione de *Il popolo degli specchi* di Borges:

Se consideriamo quello che sta realmente accadendo nel nostro scontro planetario vedremo come i popoli sottomessi, invece che somigliare sempre meno ai loro padroni e portare a termine la propria vendetta liberatrice, si sono invece dedicati, dal profondo della loro schiavitù, ad assomigliargli sempre di più, ad esagerare grottescamente il loro modello, enfatizzando i segni della loro sudditanza – che è pure un altro modo di vendicarsi (Baudrillard, 2005a, p. 30).

Il dispositivo spettacolare segna la massima vicinanza e al tempo stesso la massima distanza tra il pensiero radicale di Baudrillard e il pensiero critico di Debord. Scrive infatti quest'ultimo:

Nello spettacolo, una parte del mondo *si rappresenta* davanti al mondo, e gli è superiore. Lo spettacolo non è che il linguaggio comune di questa separazione. Ciò che avvicina gli spettatori non è che un rapporto irreversibile al centro stesso che mantiene il loro isolamento. Lo spettacolo riunisce il separato, ma lo riunisce *in quanto separato* (Debord, 1967, p. 62).

Il ritorno-immagine cannibale si iscrive in questa logica spettacolare, ma nella misura in cui si tratta dello “*spettacolo* violento del cambiamento [in cui] risiede il successo di una società e il segno della sua vitalità” (Baudrillard, 1983, p. 70). Mentre Baudrillard vede balenare nella “potenza diabolica” dello spettacolo il “Principio del Male”, Debord continua a credere nella potenza benefica della critica e nella possibilità di rovesciare lo spettacolo in quanto “erede di tutta la *debolezza* del progetto filosofico occidentale” (Debord, 1967, p. 58).<sup>7</sup> Ma tale debolezza, per il pensiero radicale di Baudrillard, non è altro che la nostra *bêtise*.

Nei filmati dell'Isis, gli ostaggi indossano spesso tute arancioni non solo come i detenuti di Guantanamo, ma anche e soprattutto come John Doe nella scena finale del film *Seven* (David Fincher, 1995). E non è la sola analogia: l'anonimato del colpevole, l'esecuzione, la punizione per i peccati, le inquadrature – sono alcuni degli elementi filmici che illustrano, attraverso lo scambio ed il rovesciamento delle parti, la legge di reversibilità che governa l'antagonismo mondiale. Se il terrorismo fa propri i codici mediatico-visivi dell'Occidente<sup>8</sup>, trasformando la *fiction* (il film) in *reality* (gli ostaggi decapitati) e restituendocela come fosse un *remake*, ci ricorda che “all'apice del suo dominio, il potere non può fare altro che perdere la faccia” (Baudrillard, 2004a, p. 130) ovvero sia la testa. Restituendoci in forma ritualizzata un episodio che nasce da uno scatenamento animale, da un gesto tanto comprensibile (Mills vendica la moglie stuprata e decapitata) quanto stupido (Somerset: “se uccidi un indiziato sarà stato tutto inutile”), il terrorismo ci restituisce la nostra nuda immagine, smaschera la *bêtise* del nostro pensiero, rivela il Male che traspare nelle nostre scelte. All'immagine di sé che l'Occidente diffonde, il terrorismo risponde con un ritorno-immagine speculare e quindi più violento e bestiale. E ciò è possibile perché il ritorno-immagine “cortocircuita lo sguardo, cortocircuita la rappresentazione, in qualche modo duplicando le cose in anticipo e intercettando il loro sviluppo” (Baudrillard, 2005b, p. 49) come nel caso delle immagini di Abu Ghraib.

Se l'11 settembre fu un'“umiliazione” inflitta “dall'esterno”, le immagini delle prigioni di Bagdad sono state l'“umiliazione” che la potenza mondiale ha inflitto “a se stessa”:

Quelle immagini sono altrettanto funeste per l'America di quelle del *World Trade Center* in fiamme. Ciò nonostante l'America in sé non è messa in discussione, è inutile accusare gli americani: la macchina infernale si inceppa da sola, in gesti specificamente suicidi. Di fatto gli americani sono sovrastati dalla loro stessa potenza, non hanno più modo di scongiurarla. Noi siamo coinvolti da quella potenza. È l'Occidente intero, la cui cattiva coscienza è cristallizzata in quelle immagini, è l'Occidente intero ad essere là, nel sadico scoppio di riso dei soldati americani (Baudrillard, 2004c, p. 73).

Corpi denudati, accatastati, messi in posa, trascinati, travestiti – un'umiliazione peggiore della morte stessa perché non si accontenta di sconfiggere il nemico, ma vuole annientarlo simbolicamente. Ecco allora i cappucci “che di per sé costituiscono già una forma di decapitazione” e la nudità forzata che “di per se stessa è già stupro”. Ma che cosa volevano ottenere i soldati americani, cosa volevano estorcere ai prigionieri? “Semplicemente ciò nel cui nome, in virtù di cui, essi non hanno paura di morire. Quella è l'invidia profonda (...) in nome della quale infliggere loro qualcosa di ben peggiore della morte” (p. 75).

Rimescolati, sono gli elementi principali della *fiction*: la decapitazione, lo stupro e l'invidia del colpevole; e il colpevole è John Doe, l'americano qualunque, l'occidentale anonimo a cui il boia dell'Isis rende ciò di cui è invidioso: la violenza della propria morte. Ma per la legge di reversibilità, John Doe è anche Jihadi John, il boia dall'accento britannico che, celato da un cappuccio nero, incarna l'oscillazione identitaria tra anomia e radicalizzazione (Barile 2016) che alimenta il ritorno-immagine cannibale dell'Occidente.

Tuttavia, prima di Bulldozer e di Cincinnati, di Jihadi John e dei The Beatles, c'è Abu Ghraib ed il “colpo di testa” di alcuni soldati, le cui immagini, diventate “terroriste senza saperlo” (Baudrillard, 2005b, p. 51), hanno rivelato il “lato oscuro del potere” (Žižek, 2005, pp. 64-80), cosicché se “la democrazia si trova a doversi rifare una virtù tramite la divulgazione dei propri vizi” (Baudrillard, 2004c, p. 74), ciò dimostra una volta di più che la Stupidità è un attributo del potere, ovvero sia che il Bene altro non è che la trasparenza del Male. Di conseguenza, *comprendere* le immagini del terrore (in quanto forme del Male) anziché *credere* alle immagini del terrore (in quanto imperativi del Bene) è forse l'unico modo se non per evitare l'Apocalisse almeno per riconoscerne i segni e coltivare un pensiero radicale.

## Nota biografica

Massimo Canepa è dottore di ricerca in Estetica e collabora con le cattedre di *Estetica* e *Storia delle idee* presso la Libera Università di Lingue e Comunicazione di Milano. Si occupa di filosofia dell'immagine e di filosofia del teatro. Tra le più recenti pubblicazioni: *Terroristi mascherati e ostaggi cannibali. Una lettura di Baudrillard*, in *Reinventare il reale. Jean Baudrillard 2007-2017* (Lo Sguardo.net, 2017); *Verklärung: un concetto inattuale*, in *L'inattuale. Da Nietzsche a noi* (Logoi.ph, 2017); *Di un tono apocalittico ricomparso di recente in filosofia*, in *Kaiak. A Philosophical Journey* (2015); *Friedrich Nietzsche. L'arte della trasfigurazione* (Mimesis, Milano 2012). Ha scritto e diretto *Martin H. Le mani di Hitler* (2015).

## Bibliografia

- Ballardini, B. (2015). *ISIS®. Il Marketing dell'Apocalisse*. Milano: Baldini & Castoldi.
- Barile, N. (2016). *Il marchio della paura. Immagini, consumi e branding della guerra all'Occidente*. Milano: Egea.
- Baudrillard, J. (1976). *L'échange symbolique et la mort*. Paris: Gallimard; trad. it. (2007) *Lo scambio simbolico e la morte*. Milano: Feltrinelli.
- Baudrillard, J. (1983). *Les stratégies fatales*. Paris: Grasset; trad. it. (2007) *Le strategie fatali*. Milano: SE.
- Baudrillard, J. (1990). *La Transparence du Mal*. Paris: Galilée; trad. it. (1991) *La trasparenza del male. Saggio sui fenomeni estremi*. Milano: SugarCo.
- Baudrillard, J. (1995). *Le crime parfait*. Paris: Galilée; trad. it. (1996) *Il delitto perfetto. La televisione ha ucciso la realtà?* Milano: Raffaello Cortina.
- Baudrillard, J. (1999). *L'échange impossible*. Paris: Galilée; trad. it. (2012) *Lo scambio impossibile*. Trieste: Asterios.
- Baudrillard, J. (2001). *Télemorphose*. Paris: Sens & Tonka; trad. it. (2006) *Telemorfosi*. In J. Baudrillard, *Patafisica e arte del vedere* (pp. 41-56). Firenze: Giunti.
- Baudrillard, J. (2002a). *L'esprit du terrorisme*. Paris: Galilée; trad. it. (2002) *Lo spirito del terrorismo*. Milano: Raffaello Cortina.
- Baudrillard, J. (2002b). *Power Inferno*. Paris: Galilée; trad. it. (2003) *Power Inferno*. Milano: Raffaello Cortina.
- Baudrillard, J. (2004a). *Le Pacte de lucidité ou l'intelligence du Mal*. Paris: Galilée; trad. it. (2006) *Il Patto di lucidità o l'intelligenza del Male*. Milano: Raffaello Cortina.
- Baudrillard, J. (2004b). *Carnaval et cannibale ou le jeu de l'antagonisme mondial*. In J. Baudrillard, *Carnaval et cannibale* (pp. 7-35). Paris: L'Herne.
- Baudrillard, J. (2004c). *Pornographie de la guerre*. Libération, 19 maggio 2004; trad. it. *Il reality show dell'orrore*, in J. Baudrillard e V. Codeluppi (a cura di). (2017). *Pornografia del terrorismo* (pp. 72-75). Milano: Franco Angeli.
- Baudrillard, J. (2005a). *Il gioco dell'antagonismo mondiale o l'agonia del potere*. In J. Baudrillard, *L'agonia del potere* (pp. 15-35). Milano: Mimesis.
- Baudrillard, J. (2005b). *Violenza dell'immagine. Violenza contro l'immagine*. In J. Baudrillard, *L'agonia del potere* (pp. 37-51). Milano: Mimesis.
- Baudrillard, J. (2006). *Le Mal Ventriloque*. In J. Baudrillard, *Carnaval et cannibale* (pp. 36-97). Paris: L'Herne.
- Benjamin, W. (1936). *Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit*. Frankfurt am Main: Suhrkamp; trad. it. (1966) *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica*. Torino: Einaudi.
- Debord, G. (1967). *La Société du Spectacle*. Paris: Buchet-Chastel; trad. it. (2008) *La società dello spettacolo*. Milano: Baldini & Castoldi Dalai.
- De Sutter, L. (2016). *Théorie du kamikaze*. Paris: Puf; trad. it. (2017) *Teoria del kamikaze*. Genova: il nuovo melangolo.

- James, A. (2016). *Assholes. A theory of Donald Trump*. London: Doubleday/Penguin Random House; trad. it. (2017) *Trump. Saggio filosofico sul predominio degli stronzi*. Milano: Rizzoli.
- Meotti, G. (2016). *Il gorilla ucciso ha scosso i media più dei venti cristiani sgozzati dall'Isis*. Preso da: [www.ilfoglio.it/cultura/2016/06/08/news/il-gorilla-ucciso-ha-scosso-i-media-piu-dei-venti-cristiani-sgozzati-dallisis-97025/](http://www.ilfoglio.it/cultura/2016/06/08/news/il-gorilla-ucciso-ha-scosso-i-media-piu-dei-venti-cristiani-sgozzati-dallisis-97025/)
- Muray, Ph. (1998). *L'Empire du Bien*. Paris: Les Belles Lettres; trad. it. (2017) *L'impero del Bene*. Milano: Mimesis.
- Simonigh, C. (2011). *L'immagine-spettacolo*. Roma: Bonanno.
- Žižek, S. (2005). *Welcome to the Desert of the American (sub)culture! An Essay on Abu Ghraib and Related Topics*; trad. it. (2005) *America oggi. Abu Ghraib e altre oscenità*. Verona: Ombre Corte.

## Note

<sup>1</sup> “Da un lato Bin Laden dichiara che ha bisogno della stupidità (stupidité) di Mister Bush, e che quindi si augura la sua rielezione. Dall'altro, una maggioranza di Americani si augura la presenza alla Casa bianca di qualcuno la cui stupidità (stupidité) e banalità siano a garanzia del loro conformismo. Più lui sarà stupido (stupide), meno loro si sentiranno personalmente idioti” (Baudrillard, 2004b, p. 21).

<sup>2</sup> Tuttavia, ripensando alle immagini in cui Bush legge un libro a rovescio o scruta l'orizzonte con il binocolo tappato, si fa chiaro il motivo per cui Baudrillard gli preferisca l'accezione latina di stupido.

<sup>3</sup> “Comportandosi da clown, pur nella maniera in cui lo sarebbe un pagliaccio/stronzo, [Trump] ha rivelato la politica americana per il circo che è ormai diventato” (James, 2016, p. 49).

<sup>4</sup> “L'umanità che in Omero era uno spettacolo per gli dèi dell'Olimpo, ora lo è diventata per se stessa. La sua autoestraniazione ha raggiunto un grado che le permette di vivere il proprio annientamento come un godimento estetico di prim'ordine” (W. Benjamin, 1936, p. 48; citato in Baudrillard, 2005b, p. 42).

<sup>5</sup> Cfr. Muray (1998). Nella parte centrale di *Le Mal Ventriloque*, Baudrillard riprende l'intervento scritto per la morte di Muray e pubblicato su “Le Nouvel Observateur” il 23 marzo 2006. Il testo è consultabile su: <http://bibliobs.nouvelobs.com/essais/20101001.BIB5733/le-malin-genie-de-philippe-muray.html>

<sup>6</sup> Lo scontro tra Trump e le stelle NBA e NFL sui diritti degli afroamericani non è forse la manifestazione di un'America che è “tanto più integralista di quanto è diventata, nei fatti, multirazziale e multiculturale”, vale a dire dell'omeopatia paradossale che regola il potere?

<sup>7</sup> Per un confronto tra Debord e Baudrillard, si veda C. Simonigh (2011).

<sup>8</sup> Si vedano: B. Ballardini (2015), L. de Sutter (2016) e il film *Terror Studios: la propaganda dell'Isis* (Alexis Marant, 2016).

## La trasparenza dei media e la fine dell'utopia. Jean Baudrillard pensatore utopico\*

Dario Altobelli\*\*

Università di Roma Tre

A key to understand the thought of Baudrillard is offered by the concept of Utopia. The use of this concept, never ordinary or random, and its theorizing, also very sophisticated and with a change of meanings over time, are a cornerstone of the entire intellectual journey and an observation point that can illuminate the implications and consequences at the theoretical level. From the beginning until the last works, Baudrillard has continuously developed and designed Utopia in close relationship with its most well-known and important concepts. Will remember, for example, interventions explicitly dedicated to an Utopian theory, even with strategic function against Marxism, appeared in *Utopie. Revue de Sociologie de l'Urbain* (1967-1978), the journal-collective inspired by Henri Lefebvre. Just as it is to remember the strategic importance of the idea of "utopia achieved" presented in such works as *Simulacres et simulation* (1981) and *America* (1986), later to become the instrument of interpretation of contemporary phenomena in the essays of the Nineties and the early years of the 2000.

Within this path, a work like *La Transparence du Mal: Essai sur les phenomenes extremes* (1990) is an important step. The contemporary world, argues Baudrillard, is the world of an orgy accomplished and of a total liberation implemented in all spheres of social life: productive, sexual, artistic, scientific, communicative. The success of modernity and its materialized principles of an Utopia realized determines the forced repetition of all liberated scenarios, playback of already, the simulation "of ideals, phantasies, images and dreams which are now behind us, yet which we must continue to reproduce in a sort of inescapable indifference".

The end of Utopia in the figure of its completion is a perfect example of the capacity of the contemporary techno-social system to absorb every instance, also antagonistic, inside as a further element in its recursive operation. In this mechanism, the "semiurgy" implemented by the media system and the cancellation of the content and meaning of the messages in favour of speed and promotion of communication as an end in itself plays a fundamental role. However, at the same time, Baudrillard left open the field of critical thinking to forms of *adialettics* logic, *reversible*, *seductive*, that can be considered as a sort of "secret utopia" of his thinking.

**Keywords:** Baudrillard, Media, Utopia, Reality, Imagine

### Preambolo

Siamo sottoposti a un vero e proprio bombardamento da parte di eventi "superconduttori" – come inopportuni vortici intercontinentali che non interessano più solo stati, individui o istituzioni, ma piuttosto intere strutture trasversali: sesso, denaro, informazioni, comunicazioni, ecc. (Baudrillard, 1990, p. 37)<sup>1</sup>.

---

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

\*\* Email: [dario.altobelli@gmail.com](mailto:dario.altobelli@gmail.com)

Proviamo a immaginare il mondo come un grande palinsesto televisivo: come un *Palinsesto-Mondo* che ogni giorno, ogni mese, ogni anno offre agli abitanti della Terra una serie di eventi programmati o, assai più preziosi, inattesi e imprevedibili, cui partecipare e, soprattutto, cui assistere.

Proviamo a pensarci in una realtà dai contorni spettacolari, in un vero e proprio *Spettacolo-Realtà* dove accanto ai protagonisti della narrazione mediatica globale, dai leader politici ai campioni dello sport, dagli attori e cantanti dello “star system” ai giornalisti di fama e fino ai cuochi oggi più famosi di scrittori e artisti, ci troviamo anche noi stessi davanti a schermi luminosi, o come molecole nelle masse radunate dinanzi agli eventi straordinari, o singolarmente irradiati dai riflettori della notorietà per ben più dei 15 minuti vaticinati da Andy Warhol.

È sufficiente digitare su Wikipedia l'anno di cui vogliamo conoscere gli eventi, passato ma anche e soprattutto futuro, e ne otterremo facilmente un elenco che è, *nello stesso tempo*, una *cronologia* e un *programma* in costante aggiornamento.

Certamente non ogni evento ha la stessa importanza, lo stesso “peso”, la stessa centralità nelle sorti del mondo. Tuttavia, che cosa stabilisce l'importanza, il peso, la centralità di un evento se visto appunto come un programma all'interno di un palinsesto? Semplicemente la sua audience.

Basterà, infatti, porre accanto a ogni evento i broadcasting e gli streaming di riferimento che “copriranno” l'evento: agli spettatori il solo compito di sintonizzarsi o connettersi per non perdere lo spettacolo annunciato; ai tecnici e agli statistici il lavoro di quantificare l'audience e il gradimento globali; ai pubblicitari e ai commerciali l'onere di comprare e vendere “spazi” e “forme” per la promozione di prodotti e servizi. La “realtà” è un pretesto per qualcosa d'altro che di essa e su di essa vive e prospera. L'importanza di un evento è un fatto di quantificazione finanziaria: il *Super Bowl* non è secondo all'*Election Day*.

Che cosa ha offerto quest'anno, quindi, il *Palinsesto-Mondo*?

- *Gennaio 1*: Turchia. Assalto armato in un night club di Istanbul con 39 vittime e più di 60 feriti, l'attentato viene rivendicato dai terroristi dell'ISIS.
- *Gennaio 18*: Italia. Una serie di scosse di terremoto (di magnitudo dal 4.0 al 5.5) colpisce l'Abruzzo e il Lazio.
- *Gennaio 20*: USA. Inaugurazione del mandato presidenziale di Donald Trump.
- *Aprile 23*: Francia. Primo turno delle elezioni presidenziali.
- *Maggio 7*: Francia. Secondo turno delle elezioni presidenziali.
- *Giugno 10 – Settembre 10*: Kazakistan. Manifestazione dell'Expo 2017 ad Astana.
- *Agosto 21*: Mondo. Eclissi solare totale.
- *Settembre 24*: Germania. Elezioni federali, Eetc. etc.

Cosa ha offerto, invece, lo *Spettacolo-Realtà* nell'anno precedente, nel 2016?

- *Gennaio 12*: Turchia. A Istanbul un kamikaze saudita dell'ISIS si fa esplodere in un attacco terroristico che causa 10 morti e 15 feriti.

- *Gennaio 24*: Portogallo. Elezioni presidenziali.
- *Febbraio 3*: Egitto. Viene scoperto l'omicidio di Giulio Regeni, ricercatore italiano rapito il precedente 25 gennaio.
- *Marzo 21*: Cuba. Il presidente degli Stati Uniti d'America Barack Obama realizza una storica visita a Cuba: l'ultimo presidente statunitense a visitare l'isola fu Calvin Coolidge nel 1928.
- *Marzo 22*: Belgio. Serie di attacchi terroristici all'Aeroporto di Bruxelles-National e all'interno della metropolitana, rivendicati dall'ISIS, causano 34 morti e 300 feriti.
- *Maggio 19*: Mediterraneo. Precipita un airbus dell'Egyptair nel Mare Egeo, a largo della Grecia, partito da Parigi e diretto a Il Cairo.
- *Maggio 22-23*: Austria. Elezioni presidenziali.
- *Maggio 26-27*: Giappone. 42° vertice del G7 a Shima. Etc. etc.

Questa “lettura” della contemporaneità, indubbiamente provocatoria, non sarebbe forse dispiaciuta a Jean Baudrillard. La Realtà è un palinsesto televisivo, uno spettacolo, un gigantesco meccanismo di simulazione, una messa in scena planetaria perfettamente congegnata e ripresa, trasmessa e ritrasmessa da tutti i media: da quelli di più antica generazione (carta stampata, radio, TV) ai più recenti (broadcast, internet, social network, blog). La dimensione oscena della contemporaneità, intesa come il regime di iper-visibilità cui ogni evento è sottoposto e accoglie nel suo statuto ontologico – non si dà evento se non nella forma della sua visibilità estrema e ogni evento è un *superconduttore* di comunicazione – è continuamente celebrata.

A partire da questa considerazione, che non cela il proprio carattere allucinatorio, affermandolo anzi come specchio dell'allucinazione del Reale, il presente saggio prova a riprendere alcune riflessioni di Baudrillard sul sistema dei media, in particolare presentate in *La Transparence du Mal: Essai sur les phenomenes extremes* (1990), ponendole in relazione con il concetto di Utopia, che proprio nel pensatore francese, in quel testo e più in generale in tutta la sua opera, trova un'inedita e sinora poco esplorata fecondità teoretica. Si vedrà come proprio nella relazione problematica tra le teorizzazioni sullo statuto della realtà / iper-realtà e il concetto di Utopia risiedano percorsi interpretativi di un certo interesse sia per la comprensione di aspetti teorici maggiori che della specifica curvatura politica del suo pensiero.

## Osceno, Immagine, Visibile

Tra gli eventi mediatici dell'anno 2016 ha ricevuto particolari attenzione ed eco l'azione omicida di Mevlüt Mert Altıntas. Il 19 dicembre, nel corso di una mostra d'arte ad Ankara, Altıntas uccide l'ambasciatore russo in Turchia, Andrey Karlov, e, subito dopo, con il cadavere alle spalle, inizia a inveire contro Erdogan, contro l'intervento in Siria al grido di “ricordatevi di Aleppo!”



Fig. 1. Fotografie di Burhan Ozbilici.

Come noto, l'immagine a destra è stata premiata come la migliore foto di reportage dal più importante premio mondiale del settore: il *World Press Photo*<sup>2</sup>. È interessante ricordare le motivazioni di questo premio.

Mary F. Calvert, che fa parte della giuria, ha detto che la foto vincitrice rappresenta al meglio il significato e la definizione del *World Press Photo*. "È stata una decisione molto molto difficile – ha detto – ma alla fine abbiamo ritenuto che la foto dell'anno fosse un'immagine esplosiva che parlasse davvero dell'odio dei nostri tempi. Ogni volta che arrivava sullo schermo dovevi quasi spostarti indietro, tanto è forte quell'immagine" ("I vincitori del *World Press Photo* 2017", 2017).

Quando diciamo, con Baudrillard, che l'oscenità è il carattere distintivo della contemporaneità – "più visibile del visibile, tale è l'osceno" (Baudrillard, 1983a, p. 62)<sup>3</sup> – di quell'epoca storica nella quale viviamo e che possiamo definire *trans-contemporaneità*, intendiamo esattamente indicare questa modalità di celebrare lo spettacolo della violenza come espressione della violenza dello Spettacolo-Realtà, spettacolo dal quale non possiamo distogliere lo sguardo perché ci affascina, ci attrae, ci cattura come la più ossessiva delle Finzioni.

Qui osserviamo un uomo, un "man in black", in posa plastica come il personaggio di un film hollywoodiano di azione. Con una lunga frequentazione del cinema abbiamo introiettato questa postura, probabilmente lo ha fatto lo stesso protagonista della *performance* realizzata, non sembra un paradosso, proprio durante il *vernissage* di una mostra fotografica e mimando una delle forme più importanti dell'arte contemporanea: l'*happening*, qui a tinte macabre. Vi è in questo gesto violento qualcosa che sembra "naturale" cioè già visto, al punto che potremmo pensare a questa persona come a un attore.

Questa figura plastica di killer con accanto il suo cadavere, che, svettando al centro del whitecube, ricordava le statue di cera iperrealiste di Duane Hanson o – suggeriva a precipizio il web – Cattelan, o *Matrix*, o *La febbre del sabato sera*, o Castellucci, o... o..., questa imitazione vivente di qualcosa di già noto e mai conosciuto, avrebbe potuto urlare qualunque cosa. Entrava in un possibile atlante warburghiano delle urla e delle lamentazioni. Avrebbe potuto, persino, intonare un acuto da rockstar. Perché Mevlüt Mert Altıntas, in fondo, era un uomo del nostro tempo, cioè, essenzialmente, un attore. Anche se cosa o chi sia realmente un attore, questa creatura sospesa ai limiti del visibile, continua a non saperlo nessuno” (Scarpellini, 2016).

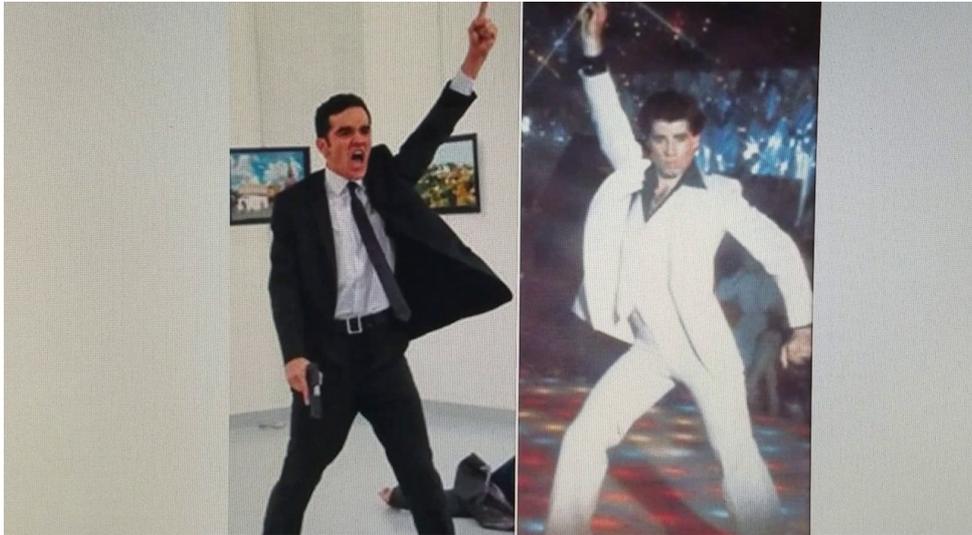


Fig. 2. Un fotomontaggio presente in rete

Ci troviamo all'interno del problema più generale del significato storico-culturale dei gesti, delle posture, delle posizioni del corpo quando oggetto di una rappresentazione visibile che costituisce unione di forma e contenuto: ciò che Aby Warburg chiamava le *pathosformeln* – le “formule del pathos” o formule patetiche.



Fig. 3. *Dog Day Afternoon* (Sidney Lumet, 1975).

Questo concetto warburghiano indica precisamente un dispositivo di articolazione di tre ambiti: il linguaggio del corpo, la carica emotiva associata a un gesto e l'immagine che rappresenta l'insieme, dando luogo a un'espressione culturale – denominata da Warburg *dinamogramma* per indicare la carica di energia di cui è portatrice la rappresentazione *in immagine* e *in quanto immagine* – che è soggetta a stratificazione / ripetizione / citazione nel tempo, ma in un senso a-cronologico, trans-temporale.<sup>4</sup>

Le vie delle memorie collettive e individuali passano attraverso queste icone in un processo di trasformazione e conservazione, mantenendo una sorta di legame con un punto di verità fondamentale, per alcuni definibile come “archetipico”, per altri più laicamente di “lunga durata”, in ogni caso latrici di un'energia immanente all'espressione congelata nell'*imago* che si carica, come una dinamo, in modo diverso nei diversi contesti storico-culturali in cui compare.

Alla lettura straordinaria di Warburg mancava, sebbene a nostro avviso l'avesse ampiamente intuita e anticipata nella realizzazione del *Mnemosyne Atlas* (Warburg, 2000), la considerazione dell'elemento della superfetazione della scena, della dimensione pornografica della proliferazione dell'immagine, della connotazione totalitaria della potenza sistemica dei media come rete, come sistema di rimandi interni e a circuito chiuso, replicabili e replicanti, ridondanti e pletorici, infine inutili e letali.

Intorno all'immagine principale di questo evento mediatico, troviamo altre immagini che, nello stesso modo, rinviano ad altre immagini: all'archivio del visibile (iper-visibile) della *trans-contemporaneità*.

Si prenda la fotografia del gruppo di persone accoccolate a terra, spaventate, strette le une alle altre dinanzi alla figura dell'assassino “man in black”: che effetto fa vedere una copia, l'ennesima, di un set che conosciamo a memoria?



Fig. 4. Fotografia di Burhan Ozbilici.

La scena è dell'ordine del visibile. Ma non c'è più una scena dell'osceno, non c'è che dilatazione della visibilità di ogni cosa fino all'estasi. L'osceno è la fine di ogni scena. Inoltre, è di cattivo augurio, è il suo

nome a indicarlo. Infatti questa ipervisibilità delle cose è anche l'imminenza della loro fine, il segno dell'apocalisse (Baudrillard, 1983a, p. 62 e successive).

## Fine del tempo, Disneyland, The Matrix

Forse sarebbe piaciuto a Baudrillard questo modo di riprendere le sue domande, i suoi problemi, i suoi interrogativi senza rinunciare a inserire nel quadro riflessivo l'elemento politico, agonistico e polemico. Etimologicamente: l'elemento di conflitto che il sistema mediatico manifesta continuamente in ogni sua forma, presente o latente, esplicita o implicita, attraverso quel *Palinsesto-Mondo* senza alcun tempo futuro e senza più tempo passato – in un presente dilatato e insuperabile, *trans-contemporaneità* dell'inutile e dell'insensato – che ottiene l'effetto di neutralizzare qualsiasi forma di opposizione al potere, di eccentricità al sistema, di non allineamento all'ordine, di insurrezione semiotica al codice. Uno *Spettacolo-Realtà* in cui le elezioni, le manifestazioni sportive, gli attentati, i summit, i “grandi eventi” quanto quelli piccoli, gli atomici *fait divers*, tutto ciò che accade e che tanta importanza riveste nell'agenda planetaria, sono fenomeni vuoti, privi di un contenuto positivo, mere rappresentazioni sofisticate, complesse, stratificate. *Macchine morbide* per farci parlare, per farci pensare, per farci vivere o, per meglio dire, darci l'illusione di tutto questo.

Forse lo avrebbe anche divertito questo modo di ripensare alla sua opera perché mantiene intatta la tesi principale nella forza euristica che manifesta. La tesi molto famosa per la quale siamo in un “tempo” nel quale la Realtà è Simulazione: la Realtà è stata uccisa e non esiste più.

È un'idea che Baudrillard presentò, da un certo momento in poi, citando lo scrittore Elias Canetti.

Un'idea penosa: che la storia, a partire da un dato momento, non sia più stata *reale*. Senza accorgersene, l'umanità tutta intera avrebbe d'improvviso abbandonato la realtà; tutto ciò che accadde da quel momento in poi non sarebbe affatto reale; noi però non potremmo accorgercene. Nostro compito sarebbe ora di scoprire quel momento, e finché non ci fossimo riusciti dovremmo restare nell'attuale distruzione (Canetti, 1973, p. 100).

Dinanzi a questo effetto di “volatilizzazione del reale” (Codeluppi, 2011, p. 52), non c'è più un oltre / un altro al di fuori o a latere della realtà simulata che occupa tutto lo spazio sociale, sino a coincidere integralmente con esso e in cui un ruolo decisivo giocano chiaramente i mass media.

È utile ricordare due tesi, fra le altre, che Baudrillard espresse su questo tema: su *Disneyland* prima, su *The Matrix* dopo.



Fig. 5. Statua di Walt Disney a Disneyworld, Florida, USA.

Riprendendo la famosa lettura di Louis Marin (1973) di Disneyland come “utopia degenerata”, spazio utopico che mette in scena «la rappresentazione del rapporto immaginario che la classe dominante della società americana intrattiene con le proprie condizioni reali d’esistenza e, più precisamente, con la storia reale degli Stati Uniti e con lo spazio esterno»; rileggendo l’interpretazione di Disneyland come «proiezione fantastica della storia della nazione americana nella sua doppia instaurazione rispetto allo straniero e al mondo naturale, vale a dire la metafora dislocata della rappresentazione ideologica» (pp. 139-140), Baudrillard ne spingeva ancora più in là il significato: quello di una “simulazione di terzo ordine”.

Disneyland esiste per nascondere che essa è il paese “reale”, per celare che tutta l’America “reale” è Disneyland (un po’ come le prigioni sono lì per nascondere che è tutto il sociale a essere, nella sua interezza, nella sua banale onnipresenza, carcerario). Disneyland è presentata come immaginaria con il fine di farci credere che tutto il resto è reale, laddove tutta Los Angeles e l’America che la circonda non sono più reali, ma appartengono all’ordine dell’iperreale e della simulazione. Non è più questione di una falsa rappresentazione della realtà (ideologia), ma di concepire il fatto che il reale non è più reale e quindi di salvare il principio di realtà (Baudrillard, 1981, p. 13).

Brano dove tutta la gravità della questione politica risalta nell’accostamento esplicativo tra Disneyland e il carcere: tutto il mondo una Disneyland, tutto il mondo un carcere in virtù della banale onnipresenza del “sociale”, quel concetto che Baudrillard andrà lentamente e inesorabilmente a destrutturare e a dislocare dal dominio discorsivo delle scienze sociali, non ultima *dalla* e *contro* la sociologia, disciplina da cui proveniva e da cui si sarebbe

allontanato senza rimpianti. Brano dove Disneyland riveste la semplice, ma indispensabile utilità di farci credere che il mondo al di fuori del parco sia reale, quando è evidente che esso non è altro che una simulazione di una simulazione di una simulazione.<sup>5</sup>

E quindi, qualche anno dopo, il film *The Matrix* (1999, Larry e Andy Wachowski) – vera e propria matrice di iterazione per tutti i “man in black” iper-reali – che lo omaggiava apertamente e che lui, invece, rifiutava come sbagliato e fraintendimento delle sue tesi: “Matrix è un po’ il film sulla Matrice che avrebbe potuto fabbricare la Matrice”, sostenne.

O i personaggi sono nella Matrice, cioè nella digitalizzazione delle cose. O sono radicalmente al di fuori, cioè a Zion, la città di coloro che resistono. In effetti, sarebbe interessante mostrare ciò che accade sul punto di giuntura dei due mondi. Ma quello che è soprattutto imbarazzante in questo film, è che il nuovo problema posto dalla simulazione qui è confuso con quello, molto classico, dell’illusione, che si trovava già in Platone. Il vero equivoco è qui. Il mondo visto come illusione radicale è un problema che si è posto a tutte le grandi culture e che da esse è stato risolto con l’arte e la simbolizzazione. Quello che noi altri abbiamo inventato per sopportare questa sofferenza, è un reale simulato, un universo virtuale da dove è espurgato tutto ciò che c’è di pericoloso, di negativo, e che soppianta ormai il reale, fino a diventarne la soluzione finale. Ora, Matrix è assolutamente all’interno di questo meccanismo! Tutto quanto appartiene all’ordine del sogno, dell’utopia, della fantasia, qui è dato vedere “realizzato”. Siamo nella trasparenza integrale (Baudrillard, 2003).



Fig. 6. *The Matrix* (Larry e Andy Wachowski, 1999).

La trasparenza integrale denunciata in *The Matrix* è l’effetto della “fine della fine”, dell’omicidio del Reale e della *ex-(s)terminazione* della storia. Con questo film comprendiamo che la trasparenza dei media, del cinema e del film, è integrale proprio perché il prodotto cinematografico *The Matrix* mostra il funzionamento della Matrice in modo assolutamente chiaro, trasparente a qualsiasi interpretazione dello spettatore. Ed è, tale film, esso stesso una chiara manifestazione della nostra epoca come tempo

dell'assorbimento delle tensioni sociali e politiche in una melassa fantasmatica prodotta dall'industria dello spettacolo.

Temi questi sui quali, dopo *The Matrix*, numerosi altri film e serie televisive si sarebbero esercitate: fra tutti, merita menzione *Black Mirror*. Nel famoso primo episodio della prima serie, *The National Anthem* (2011), la vicenda del rapimento della principessa Susannah rimane sullo sfondo di una storia di "pornografia politica" incentrata sulla richiesta dei rapitori che il primo ministro del Regno Unito, Michael Callow, abbia un rapporto sessuale con un maiale in diretta nazionale per farla rilasciare. La dimensione spettacolare della politica contemporanea raggiunge il suo apice parossistico, il suo punto di *oscenità integrale*, proprio nella videotrasmissione dell'atto sessuale con la bestia.

Esempi come questi confermano che nel regime di ipervisibilità mediatico tutto è continuamente rimesso in circolo – *circuitato* – depotenziandolo di qualsiasi valenza politica, liberatoria, rivoluzionaria.

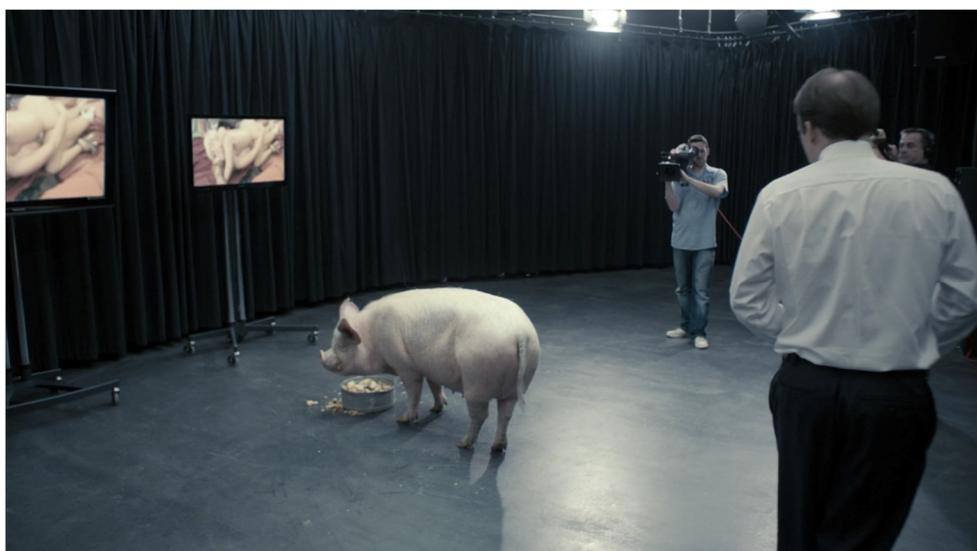


Fig. 7. *Black Mirror: The National Anthem* (Otto Bathurst, 2011).

È proprio quello che rende la nostra epoca abbastanza irrespirabile. Il sistema produce una negatività in *trompe-l'oeil*, che è integrata ai prodotti dello spettacolo come l'obsolescenza è inclusa negli oggetti industriali. È del resto il modo più efficace di mettere sotto chiave ogni vera alternativa. Non c'è più nessun punto omega esterno su cui appoggiarsi per concepire questo mondo, nessuna funzione antagonista, c'è solo adesione ipnotica (Baudrillard, 2003).

## La Trasparenza dei Media e la fine dell'Utopia

In questo orizzonte riflessivo è interessante utilizzare la chiave di lettura, anzi il *grimaldello*, efficace e fecondo quanto poco impiegato, costituito dal concetto di utopia. L'impiego mai banale o casuale e la teorizzazione, anche molto sofisticata e con accezioni variate nel tempo, del concetto da parte di Baudrillard, costituiscono un asse portante dell'intero suo percorso intellettuale e un punto di osservazione capace di illuminarne

implicazioni e conseguenze sul piano teoretico. Non è possibile ripercorrere l'intera opera del pensatore francese sotto tale specifica visuale. Ricordiamo soltanto, rinviando ad altro momento un approfondimento di queste tematiche, come dagli inizi sino alle ultime opere, Baudrillard abbia continuamente elaborato e pensato l'utopia in stretta relazione con i suoi concetti più noti e importanti. Si ricorderanno, innanzi tutto, gli interventi esplicitamente dedicati a una teoria dell'utopia, anche con funzione strategica contro il marxismo, apparsi in *Utopie. Revue de Sociologie de l'Urbain* (1967-1978), la rivista-collettivo ispirata da Henri Lefebvre, tra la fine degli anni Sessanta e i primi anni Settanta (Baudrillard, 2006). Si ripenserà, ancora, ad alcune delle pagine più importanti delle opere successive alla metà degli anni Settanta a cominciare da *L'Echange symbolique et la mort* (1976) e poi in *Simulacres e simulation* (1981) dove la centralità di questo tema è evidente. Si arriverà, poi, alla tesi famosa dell'*America* (1986) come "utopia realizzata" che non sarà da intendersi nel senso di un'apologia degli Stati Uniti, quanto di una considerazione disincantata del progetto utopico quando riletto nella vicenda storica e sociale del "Nuovo Mondo".<sup>6</sup>

L'attenzione alla dimensione utopica nell'articolazione del suo pensiero critico va posta in relazione con gli studi utopici e, più propriamente, con una tradizione di pensiero che da Thomas More giunge sino ai nostri giorni, declinandosi in forme espressive e proposte teoretiche di assoluti rilievo e importanza.

Il motivo specifico dell'Utopia, il significato più proprio di questo singolare «paradigma dell'immaginario sociale» (Baczko, 1981), al di là delle accezioni banalizzanti e più comuni (utopia come sinonimo di irrealizzabile e irreale), è principalmente quello della rappresentazione e concezione di una società ideale contrapposta esplicitamente o implicitamente a quella reale, e recante contenuti che vanno dalla figurazione completa ed esaustiva degli elementi e dell'organizzazione sociali a riflessioni di carattere speculativo e teoreticamente ardito sul senso della storia e sul destino dell'uomo, mediante narrazioni a prevalente carattere romanzesco o fantastico, trattate filosofico-politiche, e così via.

Da More in poi, l'utopia si afferma stabilmente come un concetto dal frastagliato perimetro semantico (Koselleck, 1972-1992) espresso in una molteplicità di forme espressive diverse e non predeterminate. Essa è capace di convogliare su di sé quelle istanze di critica e cambiamento del Reale che vengono alla luce nel continuum tra la pura dimensione immaginaria e speculativa e il campo della prassi e dell'agire sociale (Mannheim, 1929). L'utopia come pensiero riguarda lo spettro di una speculazione che va dai domini di una "sociologia paradossale", esprime un altissimo grado di dettaglio e analiticità applicate a società immaginarie, a quelli propri all'espressione fantasiosa e libera dell'opera narrativa e dell'arte (Altobelli, 2012).

In considerazione di questi diversi elementi, un'opera come *La Transparence du Mal: Essai sur les phenomenes extremes* (1990) costituisce una tappa importante. Il mondo contemporaneo, sostiene Baudrillard, è il mondo di un'orgia compiuta e di una liberazione totale attuata in ogni sfera della vita associata: produttiva, sessuale, artistica, scientifica, comunicativa. Tuttavia, nonostante il successo della modernità e dei suoi principi materializzati, vivere nel mondo di un'"utopia realizzata" determina la ripetizione obbligata di tutti gli scenari liberati, la riproduzione del già stato, la simulazione degli ideali e delle

immagini che “sono ora alle nostre spalle, ma che dobbiamo continuare a riprodurre in una sorta di indifferenza inevitabile”.

Questo è lo stato di simulazione, uno stato nel quale siamo obbligati a ripetere tutti gli scenari precisamente perché essi hanno tutti già avuto luogo, effettivamente o potenzialmente. Lo stato di utopia realizzata, di tutte le utopie realizzate, in cui paradossalmente dobbiamo continuare a vivere come se non fossero mai avvenute. Ma poiché esse sono avvenute, e poiché non possiamo più nutrire la speranza di realizzarle, possiamo solo "iper-realizzarle" con una simulazione interminabile. Viviamo in mezzo all'interminabile riproduzione di ideali, fantasie, immagini e sogni che ora sono dietro di noi, ma che dobbiamo continuare a riprodurre in una sorta di indifferenza ineluttabile (p. 4).

Concentriamoci sull'elemento dei mass media e su alcuni punti di interesse per la riflessione. Baudrillard non ha dubbi nel sottolineare l'assoluta inconciliabilità tra Utopia e regime della comunicazione contemporaneo e nell'indicare qual è, a suo avviso, l'essenza di un sociale ormai perduto.

La comunicazione è più sociale del sociale stesso: è l'iperrelazionale, la socialità sovraattivata dalle tecniche sociali. Il sociale, nella sua essenza, non è questo. Piuttosto, era un sogno, un mito, un'utopia, una forma conflittuale e contraddittoria, una forma violenta - e, certamente, un evento occasionale ed eccezionale. La comunicazione, banalizzando l'interfaccia, immerge il sociale in uno stato indifferenziato. È per questo che non esiste un'utopia comunicativa. La concezione di una società utopica basata sulla comunicazione è un'impossibilità, perché la comunicazione deriva, precisamente, dall'incapacità di una società di trascendersi in funzione di nuovi scopi (p.12).

Il problema della “fine della fine” e quello di un Reale e di un Sociale senza più alcuna referenza vanno posti in relazione all'affermazione di una sorta di culto del passato e della Storia nella forma di collezioni, archivi, musei e, ovviamente, programmi televisivi dedicati allo Spettro del passato.

C'è qualcosa di particolarmente nauseante in questa prodigiosa inutilità, in un mondo proliferante ma ipertrofico che non può dare origine a niente. Tanti resoconti, archivi, documenti – e non una sola idea generata; tanti piani, programmi, decisioni – e non un singolo evento accaduto; tante armi sofisticate prodotte – e nessuna guerra dichiarata! (p. 32).

La cultura occidentale è irretita in un presente indefinito, *trans-contemporaneo* alle generazioni che si susseguono come in uno stato onirico di esistenza, viventi nella fine della fine del tempo in un punto imprecisato e irrecuperabile e su un Pianeta Terra fatto luogo d'irradiazione di segnali e immagini per la pura circolazione di una comunicazione senza contenuto.

La nostra è una cultura in cui corpi e menti sono irradiati da segnali e immagini; poco stupore, quindi, che per tutte le sue meraviglie questa cultura produca anche i virus più assassini (p. 37).

Anche nelle sfere dell'informazione e della comunicazione, il valore del messaggio è puramente quello della sua circolazione, il suo passaggio da un'immagine all'altra, da uno schermo all'altro. Tutti proviamo piacere per questo nuovo valore centrifugo: dalla borsa, dal mercato dell'arte o dagli speculatori come uno spettacolo. Tutti godiamo di queste cose come spazi spettacolari di respirazione sotto il capitalismo,

come sottoprodotti di delusioni estetiche del capitale (p. 38).

La partecipazione come forma sociale, tema centrale per alcuni indirizzi di ricerca come nella sociologia politica, non è che l'effetto della comunicazione eretta a principio di funzionamento dell'ordine sociale.

La comunicazione non è questione di parlare, ma di *far* parlare la gente. L'informazione non implica la conoscenza, ma che le persone *facciano* conoscenza. L'uso della costruzione *fare* seguita dall'infinito [in francese, il *faire* ausiliario più infinito] indica che queste sono operazioni, non azioni. L'obiettivo della pubblicità e della propaganda non è quello di credere, ma di *far* credere le persone. La "partecipazione" non è una forma sociale attiva o spontanea, perché è sempre indotta da una sorta di macchinario o di macchinazione: non agisce tanto quanto fa sì che le persone agiscano (un'operazione simile all'animazione o ad altre tecniche simili) (p. 46).

Non per caso gli effetti di una comunicazione globale, che si propaga in modo spettrale saturando l'intero spazio sociale, raggiungono un punto di allucinatoria verità nello "spazio della comunicazione".

All'interno dello spazio di comunicazione, le parole, i gesti, gli sguardi sono in uno stato continuo di contiguità, ma non si toccano mai. Il fatto è che la distanza e la prossimità qui non sono semplicemente rapporti tra il corpo e il suo ambiente. Lo schermo delle nostre immagini, lo schermo interattivo, lo schermo delle telecomunicazioni sono allo stesso tempo troppo vicini e troppo lontani: troppo vicini per essere veri (per avere la drammatica intensità di un palcoscenico) e troppo lontani per essere falsi (per incarnare la distanza collusiva dell'artificio). Così creano una dimensione che non è più umana, una dimensione eccentrica corrispondente alla depolarizzazione dello spazio e all'indistinzione delle forme fisiche di espressione (p. 55).

Il sistema mediatico funziona in una *reversibilità* dei ruoli (cosa diversa dalla *reciprocità* dei ruoli propria di un ordine dello scambio simbolico), qualcosa che Baudrillard (1971) aveva già rilevato nella polemica con l'Enzensberger degli *Elementi per una teoria dei media* (1970) a proposito della "illusione cibernetica", per cui, a proposito degli spettacoli sportivi come il calcio,

gli spettatori (i tifosi inglesi, in questo caso) si trasformano in attori; usurpando il ruolo dei protagonisti (giocatori), sotto lo sguardo dei media, inventano il proprio spettacolo (che – possiamo anche ammetterlo – è un po' più affascinante di quello ufficiale) (p. 76).

Tutto questo orizzonte di riflessioni lo ritroviamo in altre opere: è un autentico *fil rouge* che attraversa il suo pensiero, come nell'*Estasi della comunicazione* (1983b) quando descriveva uno scenario oggi assolutamente comune, oggetto anche di suggestive rappresentazioni cinematografiche e narrative, per esempio nel recente *Her* di Spike Jonze.



Fig. 8. *Her* (Spike Jonze, 2013)

"Telematica" privata: ogni persona si vede ai comandi di una macchina ipotetica, isolata in una posizione di sovranità perfetta e remota, a una distanza infinita dal suo universo di origine. Cioè, nella posizione esatta di un astronauta nella sua capsula, in uno stato di assenza di gravità che richiede un perpetuo volo orbitale e una velocità sufficiente a tenerlo al salvo dalla collisione col suo pianeta d'origine (p. 128).

## In luogo di una conclusione

Come è stato puntualmente osservato, Jean Baudrillard è stato un acuto analista della società definita dall'avvento della tecnologia informatica intrecciata con quelle delle telecomunicazioni e della "rete". In essa, dalla fine degli anni settanta in poi, egli ha visto forse il profilo di un'"utopia cibernetica negativa" nella quale è avvenuta

Una de-realizzazione per eccesso di realtà, una iper-realizzazione. Al centro di questo meccanismo regolativo, perché di questo si tratta, troviamo un dispositivo: la simulazione, che si fonda sulle forme di rappresentazione rese possibili e disponibili dalla tecnica, e che trova nella tecnologia dell'informazione una sua accelerazione radicalizzata (Boccia Artieri, 2012, p. 122).

Rispetto a questo quadro fondamentalmente chiuso, come anche *La Transparence du Mal* ha mostrato, Baudrillard ha in ogni caso proposto un fronte riflessivo a esso contrario e opposto. In modo evidente da *L'Echange symbolique et la mort*, ma praticamente in ogni sua opera, Baudrillard ha costantemente cercato il modo di aprire il campo del pensiero critico a forme di logica e di pratica *adialettiche, reciproche, seduttive* capaci di rovesciare i rapporti di forza logico-simbolici dominanti.

Non solo, ma Baudrillard ha individuato all'interno dello stesso sistema chiuso spazi e forme che attestano una crisi imminente e potenzialmente catastrofica. C'è sicuramente

nel *Palinsesto-Mondo* da cui siamo partiti la possibilità che i programmi s'interrompano o la cui trasmissione sia disturbata per effetto del sistema stesso: è il tema dell' "ironia oggettiva", di cui Baudrillard aveva parlato in *Les stratégies fatales*. Negli effetti di una reversibilità imprevedibile e potente che il sistema sociale contemporaneo genera contro sé stesso, tra cui vediamo il terrorismo e il gioco paradossale dei sondaggi e delle statistiche, la dimensione utopica, apparentemente schiacciata sul reale, promette di trascendere anche la sua negazione realizzata.

Seguendo la chiave di lettura offerta dal concetto di Utopia, è facile riconoscere come proprio questo tema costituisca in definitiva un vero e proprio dispositivo di articolazione della sua architettura teoretica. Da una parte troviamo l'Utopia come paradossale affermazione di un iper-reale insuperabile: utopia realizzata, quindi fine dell'Utopia come orizzonte "altro" cui tendere, cui guardare, cui mirare nella prassi e nel pensiero. Dall'altro, però, vediamo l'Utopia anche come pratica di individuazione di squarci, spiragli, fessure nelle pieghe del reale da riconoscere e valorizzare per tentare di mettere in crisi, anzi per accentuare le crisi di cui il sistema si rende ciclicamente protagonista: sorta di "utopia segreta" del maestro francese.

In questa configurazione duale, tra riconoscimento della forza sistemica e continua ricerca dei mezzi e dei modi di arrestarne il corso, risiede non da ultimo l'aspetto fecondo e problematico di una riflessione che trova nell'Utopia uno spazio privilegiato di esplicazione.

## Nota biografica

Dario Altobelli è uno studioso indipendente: dottore di ricerca in *Antropologia culturale* e dottore di ricerca in *Sociologia*, ha ottenuto l'abilitazione scientifica nazionale per il Settore concorsuale 14/C1 - Sociologia generale (II Fascia) e insegna *Sociologia del diritto* presso l'Università di Roma Tre, oltre a collaborare con le Cattedre di Sociologia presso il Dipartimento di Scienze Politiche dell'Università "Sapienza" di Roma. Vincitore nel 2016 del Premio "Achille Ardigò", tra le più recenti pubblicazioni: *L'utile e il ragionevole. Saggio su Cesare Lombroso* (Mimesis, Milano, 2016); *The Cold, White Reproduction of the Same: A New Hypothesis About John Carpenter's The Thing*, in Michele Brittany (ed.), *Horror in Space. Critical Essays on a Film Subgenre* (McFarland 2017); *Origine della società e futuro dello Stato. L'eredità impossibile di Johann Jakob Bachofen*, «Sociologia. Rivista Quadrimestrale di Scienze Storiche e Sociali», Anno LI, n. 1/2017; *Nineteen Eighty-Four Today: Nineteen Eighty-Four today: The impossible desire to archive as the secret core of ideology*, in "Critical Insights" Series 1984, edited by Thomas Horan (Salem Press, 2016).

## Bibliografia

- Altobelli, D. (2012). *I sogni della biologia. Ideologia e utopia nelle scienze della vita del Novecento*. Padova: Cedam.
- AA.VV. "I vincitori del World Press Photo 2017" (2017). Preso da: <http://www.ilpost.it/2017/02/13/i-vincitori-del-world-press-photo-2017/>.

- Baczko, B. (1981). *Utopia*, ad vocem in *Enciclopedia*, vol. XIV. Torino: Einaudi, Torino, pp. 856-920.
- Baudrillard, J. (1970). *La société de consommation. Ses mythes, ses structures*, Paris: Denoël, trad. it. (2010). *La società dei consumi*, Bologna: il Mulino.
- Baudrillard, J. (1971). *Requiem pour les media*. In "Utopie 4", pp. 33-51; poi in *Pour une Critique de l'économie politique du signe* (1972). Paris: Gallimard.
- Baudrillard, J. (1976). *L'Echange symbolique et la mort*. Paris: Gallimard; trad. it. (1979). *Lo scambio simbolico e la morte*. Milano: Feltrinelli.
- Baudrillard, J. (1981). *Simulacres et simulation*. Paris: Editions Galilée; trad. ing. (1994). *Simulacra and simulation*. Ann Arbor, Chicago: University of Michigan Press.
- Baudrillard, J. (1983a). *Les stratégies fatales*. Paris: Éditions Grasset & Fasquelle; trad. it. (2007). *Le strategie fatali*. Milano: Feltrinelli.
- Baudrillard, J. (1983b), *The Ecstasy of Communication*. In Foster H. (a cura di), *The Anti-Aesthetic. Essays On Postmodern Culture* (pp. 126-134). Washington: Bay Press.
- Baudrillard J. (1986). *Amérique*. Paris: Éditions Grasset & Fasquelle; trad. it. (1987). *L'America*. Milano: Feltrinelli.
- Baudrillard, J. (1990). *La Transparence du Mal: Essai sur les phenomenes extremes*. Paris: Editions Galilée; trad, ingl. (1993). *The Transparency of Evil. Essays on Extreme Phenomena*. London – New York: Verso.
- Baudrillard, J. (2003). *The Matrix Decoded: Le Nouvel Observateur Interview With Jean Baudrillard*. In "International Journal of Baudrillard Studies". Volume 1, Number 2 (July 2004). [http://www2.ubishops.ca/ baudrillardstudies/vol1\\_2/genosko.htm](http://www2.ubishops.ca/ baudrillardstudies/vol1_2/genosko.htm); trad. it. parz.: *Baudrillard vs Matrix*. Preso da <http://www.gianfrancobertagni.it/materiali/filosofiacritica/baumatrix.htm>
- Baudrillard, J. (2006). *Utopia Deferred. Writings from Utopie (1967-1978)*. Cambridge, Mass: Semiotexte – The MIT Press.
- Boccia Artieri, G. (2012). *Eter-utopia e internet. Fuori dal Novecento e dalla cyber-utopia*, in L. Mazzoli, G. Zanchini (a cura di), *Utopie. Percorsi per immaginare il futuro*, Torino: Codice, pp 119-133.
- Bryman, A. (2004). *The Disneyization of Society*. London, Thousand Oaks, CA and New Delhi: Sage.
- Canetti, E. (1973). *Die Provinz des Menschen. Aufzeichnungen 1942-1972*. München: Carl Hanser Verlag; trad. it. (1978). *La provincia dell'uomo*. Milano: Adelphi.
- Codeluppi, V. (2011). *Il ritorno del medium. Teorie e strumenti della comunicazione*. Milano: Franco Angeli.
- Enzensberger, H.M. (1970), *Constituents of a Theory of the Media*, in "New Left Review", 64: pp. 13-36; trad. it. *Elementi per una teoria dei media* (1976). In *Palaver: considerazioni politiche*. Torino: Einaudi.
- Koselleck, R. (1972-1992). *L'utopia del tempo*. In *Il vocabolario della modernità. Progresso, crisi, utopia e altre storie di concetti* (2009) (pp. 133-154). Bologna: il Mulino.
- Mannheim K. (1929). *Ideologie und Utopie*. Bonn: F. Cohen; trad. it. *Ideologia e utopia* (1957). Bologna: il Mulino.

- Marin, L. (1973). *Utopiques: jeux d'espaces*. Paris: Les éditions de Minuit; trad. it. parz. (2007). *Disneyland. Degenerazione utopica*. Del Ninno M. (a cura di), *Etnosemiotica* (pp. 139-156). Roma: Meltemi.
- Ritzer, G., (1983). The McDonaldization of Society, *Journal of American Culture*, V. 6, 1, pp. 100-107.
- Scarpellini, A. (2016). Didascalìa, in "Lo spettacolo dell'anno". Doppiozero, 29 dicembre 2016. Preso da: <http://www.doppiozero.com/materiali/lo-spettacolo-dellanno>
- Warburg, A.M. (2000). *Der Bilderatlas: Mnemosyne*. In *Gesammelte Schriften*, vol. II.1. Warnke Martin, Brink C. (a cura di). Berlin: Akademie Verlag; trad. it. (2002). *Mnemosyne*. Torino: Nino Aragno Editore.

## Note

<sup>1</sup> Le traduzioni, quando non diversamente indicato, sono a cura di scrive.

<sup>2</sup> (<https://www.worldpressphoto.org/collection/photo/2017/spot-news/burhan-ozbilici/02>).

<sup>3</sup> Tema ricorrente: "L'oscenità inizia precisamente quando non c'è più spettacolo, né scena, quando tutto diviene trasparenza e immediata visibilità, quando tutto è esposto alla dura e inesorabile luce dell'informazione e della comunicazione" (Baudrillard, 1983b, p. 130).

<sup>4</sup> Cfr. *Mnemosyne Atlas*, Tav. 61/62/63/64: Neptun als dienender "servierender Gott" (Nettuno in funzione di "dio servente"). Quos ego. "Virgilio": [http://www.egramma.it/eOS2/atlanter/index.php?id\\_tavola=1061](http://www.egramma.it/eOS2/atlanter/index.php?id_tavola=1061)

<sup>5</sup> Interessanti sono le successive formulazioni circa la *McDonaldization* proposte da George Ritzer (1983), lettore del Baudrillard de *La société de consommation* (1970), e i lavori di Alan Bryman sulla *Disneyization* (2004): filoni di studio incentrati sul ripensamento del regime della produzione e dei consumi negli Stati Uniti e nel mondo dagli anni ottanta in poi.

<sup>6</sup> Si tratta di un percorso di analisi del pensiero di Baudrillard i cui risultati provvisori, in corso di stampa, sono stati sinora presentati in convegni e congressi nazionali e internazionali.

## Il delitto perfetto? Baudrillard al tempo della Noir Tv\*

Antonia Cava\*\*

Università degli Studi di Messina

The contribution invites us to reflect upon the role that crime news has taken on in Italian television in the last few years by generating a new format. The news, judiciary events, and television entertainment seem to have been contaminated by configuring unedited narrative trajectories. In this paper we will reconstruct the narrative architecture of that which appears to be a new “criminal novel”: hard news stories together with judiciary and sociological ones, are transformed into television series in which storyline and plot arise from real life. Serialization and dramatization are the two rules of the “criminal format”. The key to the success of this new format descends from the idea that reality is never what it seems to be. The players of this reality are seductive in their characterizations: this time it is life which imitates the art of media representation. In these stories, the fine line between reality and TV disappears definitively. The spectacle has become reality. No longer a reality which disappears in the hyperrealism described by Baudrillard, but a new level of the representation where there is no longer a distinction between the trial and the TV studio. The mystery of Italian crimes is constructed according to interesting media marketing strategies which are sketching a new representation of evil.

**Keywords:** Format, Storytelling Spectacle, Death, Voyeurism

La cronaca nera nella televisione italiana trova spazio in tutte le fasce orarie; in questa temporalità espansa si genera una formula del racconto del crimine con cerimonie peculiari e officianti che diventano nuovi divi (Codeluppi, 2009). Nelle prossime pagine si rifletterà sui tratti caratteristici di questo linguaggio televisivo che fa ricorso a dinamiche narrative spettacolari funzionali al racconto di una realtà drammatica.

I delitti nelle ultime stagioni tv sono diventati tormentoni che puntano alla curiosità oscena dei pubblici alimentando una spirale che si nutre di violazioni continue dell'intimità delle vite di vittime e carnefici. Con Baudrillard (1983) potremmo dire che questo spettacolo osceno mostra tutto senza sentimento, senza passione. In questo senso l'oscenità è intesa in chiave di evento fuori dalla scena, ma pur sempre non completamente censurato: è la verità iperrealista, la visibilità totale delle cose.

Lo “show di nera” della televisione italiana può esser letto come una delle più recenti manifestazioni del ripetersi dell'operazione di visione del reale tramite i suoi doppi al centro dell'opera del sociologo-filosofo francese, critico smascheratore delle apparenze. La rappresentazione delle vicende di cronaca nera si presenta, infatti, come spazio di iperrealizzazione del reale. Utilizzando le categorie di Baudrillard, i fatti di morte sono il

---

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

\*\* Email: [acava@unime.it](mailto:acava@unime.it)

Reale che si è perso attraverso il dominio chiuso dei segni; il Simulacro è l'esito di questa perdita (nella nostra analisi i programmi televisivi che vampirizzano la cronaca), perdita che seduce, come vedremo considerando gli spettatori che seguono gli sviluppi narrativi delle storie di morte.

Il monitoraggio realizzato da Osservatorio di Pavia e Ordine Nazionale dei Giornalisti (2015) sulla rappresentazione dei casi di cronaca nera nell'emittenza televisiva nazionale ci offre la conferma numerica della tendenza alla sovraesposizione, rileva infatti una media di tre ore al giorno nella programmazione delle sette reti generaliste.<sup>1</sup>

Iniziamo col definire l'architettura narrativa che i media utilizzano per proporre ai pubblici queste storie che pare trarre ispirazione dal genere letterario del romanzo, in parte riconfigurandolo.

Ricorreremo al concetto di format per indicare l'"intelaiatura" di questi prodotti comunicativi: uno schema che funziona, il cui successo diviene linfa per reiterare formule costantemente ripetibili. Come suggeriscono Di Chio e Parenti (2003) ogni format si declina rispetto al contesto televisivo – quindi culturale e sociale – in cui è trasmesso; il nostro scenario di riferimento sarà l'ambiente mediale italiano. Come è noto, la letteratura nel campo della *cultural criminology* è molto vasta (Carrabine, 2008; Hayward, 2010; Jewkes, 2015; Salem&Lewis, 2016; Walklate, 2007) ed il dibattito internazionale sul rapporto tra media e crimine – contraddistinto dall'integrazione di uno sguardo culturale con una particolare attenzione alla sfera emotiva connessa al crimine e alla conseguente reazione collettiva - è assai acceso (Ferrel *et al.* 2008; Presdee, 2004); nel nostro lavoro decidiamo di focalizzare il ragionamento teorico sui più recenti studi realizzati in ambito nazionale per restringere il campo di una rassegna altrimenti sterminata.

Proveremo a delineare uno schema che potrà essere considerato la base per una classificazione di tutti i crimini che si trasformano in show mediatici e che delineano l'*emotainment*.

## Le origini dell'*emotainment*

I processi di spettacolarizzazione sono connaturati alla nascita dell'industria culturale. Se pensiamo alla scrittura, nel caso del detective romanzesco - che in questo saggio ci interessa particolarmente - la finzione narrativa di Edgar Allan Poe è caratterizzata da costruzioni iperreali, visioni fugaci, esplorazioni vere e proprie in una realtà i cui limiti sono definiti da una mente dall'immaginazione vastissima.

Spettacolarizzazione e massificazione sono avanzate facendo perno l'una sull'altra ed i processi di eccitazione ottica hanno trovato nella radio ed ancor di più nel cinema e nella televisione spazi di massima espressione (Abruzzese, 2003).

Alcune logiche televisive di spettacolarizzazione del crimine sembrano trovare le proprie "radici culturali" nelle dinamiche narrative del *feuilleton*, è in questo spazio tipografico infatti che si genera per la prima volta nel lettore un sentimento di attesa per la risoluzione dello snodo narrativo.

La struttura narrativa stereotipata e ripetitiva dei romanzi popolari forniva al lettore l'evasione attraverso l'immaginario che sempre di più, nel corso del tempo, si nutriva anche di mistero.

Questa forma del romanzo ottocentesco ricorda la riproduzione seriale delle vicende drammatiche di cronaca nera. I meccanismi del "ritorno dell'identico" e della "successione ordinata" (Casetti, 1984) in questo caso sono espressi dalla ripetizione degli ambienti e dei protagonisti dei delitti e dal racconto quotidiano della evoluzione delle indagini sul crimine. Lo stesso Baudrillard in *Per una critica della economia politica del segno* (1972) definisce la quotidianità come differenza nella ripetizione.

Le storie di criminalità, si sa, hanno attratto gli uomini in tutte le epoche; si pensi alla rappresentazione di casi criminali nell'antico teatro greco o nei capolavori shakespeariani. Si può anche far riferimento alla produzione di tutti quei testi che potremmo classificare nel macro-genere "giallo". Al di là del reale valore letterario di queste opere narrative, l'idea editoriale ottenne grande fortuna. Il successo di pubblico dei romanzi gialli consentì, allora, il proliferare della geometria narrativa caratterizzata da indagini sempre in penombra: l'attenzione alla realtà sociale con forte impronta regionale, la potenza del linguaggio contestualizzato, la caratterizzazione ambivalente dei personaggi le ritroveremo nelle storie criminali dei media contemporanei.

I lettori quasi giocavano a scacchi con l'autore: l'autore narrava e il lettore, di capitolo in capitolo, scopriva. Questo elemento narrativo dilatatorio si ritrova identico nella rappresentazione televisiva delle odierne storie di cronaca nera. Narrazioni che nella loro trasposizione mediale rafforzano questa struttura interrogativa (Barthes, 1981).

Il fascino che s'irradia nella pagina scritta così come descritto, quando arriva nello spazio dello schermo televisivo esercita una più intensa forza d'attrazione perché, come vedremo, nasce dai gesti insensati di persone reali, dalla brutale spietatezza di uomini e donne apparentemente normali, dalla crudeltà di gente come noi.

Il modello di racconto televisivo di cui ci stiamo occupando affonda le radici nella "Tv Verità" della RaiTre degli anni Ottanta. Per la prima volta programmi televisivi di natura informativa erano costruiti attraverso un linguaggio emotivo e spettacolare. L'occhio della televisione si accendeva sulla realtà (Cavicchioli e Pezzini, 1993; Manzato, 2016).

Quasi un "neorealismo televisivo" dal momento che il reale era riprodotto *in fieri* e lo spazio tra vita e spettacolo diventava quasi nullo. Si originava una nuova narrativa popolare che - continuando il parallelismo con la narrativa ottocentesca - rievocava il romanzo realista di Dickens e Balzac (Bertoni, 2007) con quella pienezza descrittiva in grado di generare un potente effetto di reale (Barthes, 1984).

Già Barthes nel suo *Structure du fait divers* (1962) rileva la promozione straordinaria nella stampa dei fatti di cronaca. Ne individua l'essenza nella loro immanenza: fatti di cronaca come informazioni totali che contengono in sé tutto il loro sapere, non rimandando a nient'altro che ai fatti stessi. Richiamerebbero, per lo studioso francese, la struttura narrativa della favola – una struttura chiusa – piuttosto che quella aperta del romanzo. Tale sistema chiuso non escluderebbe, però, l'articolazione interna del racconto immediato. Per quanto riguarda i delitti misteriosi, che qui più ci interessano, Barthes ne scorge la perdita della natura immanente nella causalità differita: esiste un tempo

affascinante e insopportabile che separa l'evento dalla sua causa. Ma se l'autore giunge alla conclusione che un delitto senza motivo è più inspiegato che inspiegabile, pertanto il ritardo causale non esaspera il delitto ma lo disfa, la Noir Tv al centro della nostra analisi si nutre proprio dei delitti apparentemente senza causa trasformandoli in serialità espansa (Prattichizzo e Gentile, 2016).

Si arriva, nel tempo, al meta-format criminale dello scenario mediale contemporaneo. Il telespettatore di appuntamento in appuntamento – telegiornale, talk show, programmi contenitore, speciali d'informazione – ricostruisce in una personalissima mappa immaginaria il “delitto perfetto”. Si gioca, comodamente seduti nel divano di casa, a smascherare gli assassini, a scoprire l'arma usata dall'autore della violenza, scavando nei caratteri dei protagonisti e nel dolore delle vittime.

Tale cruda realtà, poi, per diventare racconto mediale di successo deve sviluppare la narrazione con aspetti passionali: amore, eros ed anche un po' di *glamour*.

Si superano così definitivamente i confini già confusi e sfumati tra cronaca nera, fiction, e reality tv.

La realtà del delitto si perde nella sua rappresentazione. Torna in mente Debord (1967) e la netta separazione tra ciò che è esperito direttamente e ciò che è invece consumato come rappresentazione. Tale distacco, però, non deve essere considerato una contrapposizione tra vero (ciò che viene vissuto quotidianamente) e falso (lo spettacolo). Lo spettacolo è diventato la realtà. Se, però, nell'ottica debordiana tale pervasività determina il trionfo dello spettacolo, Baudrillard ne delinea la sparizione. All'illusione spettacolare si sostituisce qualcosa che offre un effetto realistico più forte dell'esperienza stessa della realtà. Questo *Delitto perfetto* (1994) è ricostruito dal sociologo francese proprio nei termini di un vero e proprio fatto criminale. La televisione, con la sua organizzazione simbolica del mondo, uccide la realtà depurandola in una forma perfetta.

In una visione apocalittica il pubblico si riduce a schermo su cui si proiettano le immagini.

Non potendo aggirare la mediazione estetica dell'apparire (Carnevali, 2012) è, però, possibile ragionare sulle forme distorte che ne derivano.

In altri termini, la questione dell'autenticità non si pone, e l'*opera d'arte non è minacciata dalla sua copia*; le diverse copie non costituiscono una serie nel senso moderno della parola, della quale l'opera “originale” sarebbe il modello: l'una o l'altra sono, pur mantenendo le rispettive differenze di valore, eguali perché hanno una medesima finalità, la cui ragione sfugge loro (...) In realtà, è proprio in quanto la serie è diventata la dimensione costitutiva dell'opera moderna, che l'inautenticità di uno degli elementi della serie diventa catastrofica (Baudrillard, 1974, pp. 102-104).

## L'iperrealtà del Male

L'architettura narrativa che stiamo descrivendo si contraddistingue per una serie di elementi stabili, replicabili e riconoscibili. La logica mediale (Altheide & Snow, 1979)

compone in una progressione narrativa perfettamente calibrata i drammi familiari che si svolgono nella provincia italiana.

I protagonisti dei grandi delitti dell'ultimo decennio in Italia sono tutte persone "normali" che hanno ucciso all'interno di famiglie "normali" massacrando amici, amanti o parenti senza ragioni chiare e con particolare efferatezza<sup>2</sup>. Tutti assassini che si proclamano innocenti. Questi omicidi sembrano diventare ancora più interessanti per il pubblico proprio perché maturano in un contesto quotidiano. Mistero e quotidianità, apparentemente termini così distanti, sono la chiave di successo di queste nuove "saghe medialì".

L'interessante studio della Neremberg (2012) sui casi di Pietro Pacciani (il mostro di Firenze), Omar ed Erika (i fidanzatini di Novi Ligure) ed Annamaria Franzoni (la mamma di Cogne) rileva proprio nell'intrusività e ossessività della curiosità dei media la specificità di questi casi di cronaca. Questo lavoro ci pare uno strumento interessante per leggere i crimini dell'Italia contemporanea in prospettiva culturale. La Neremberg, in particolare, introduce ognuno di questi casi con un'accurata definizione del contesto storico di riferimento che rende molto chiaro il milieu culturale in cui si verificano questi eventi. Tale approccio emerge forte anche nel volume della Polesana (2010) che reinterpreta il caso di Erba focalizzando l'attenzione sulle strategie retoriche e discorsive con cui i media intercettano l'ansia e la paura della nostra società. Sui discorsi e sulle immagini dell'informazione, attraverso gli strumenti della semiotica testuale, suggerisce ipotesi preziose la Pozzato (2005) studiando la trattazione giornalistica del delitto di Cogne sulle pagine di *La Repubblica*.

Una lettura sociologica dei casi di Cogne e Novi Ligure è stata proposta anche dalla Corradi (2005); in quello studio l'autrice analizzava in particolare come le scritture medialì delineassero l'immagine di donne autrici di delitti, evidenziando retoriche che tendevano a rappresentare soprattutto emotivamente le donne omicide. Ribaltando questa prospettiva e passando dalle strategie comunicative attraverso cui vengono rappresentate le carnefici a quelle che descrivono le donne come vittime, il lavoro di Binik sulla trasmissione *Quarto Grado* (2015) evidenzia la centralità della tematica Genere e Crimine nel dibattito pubblico del nostro Paese. In questo caso le donne appaiono come "vittime ideali".

Questi contributi delineano, per quanto riguarda il contesto italiano, la cornice scientifica del nostro lavoro che si focalizza sulla "discorsivizzazione del delitto" in tv.

La successione delle trasmissioni da cui si genera questo discorso fa sì che nulla rischi di emergere se non come spettacolo e segno tra gli altri (Baudrillard, 1970).

Rileggendo *Requiem per i media* (1972), l'interpretazione che Baudrillard propone dei mezzi di comunicazione di massa non come insieme di tecniche per la diffusione di messaggi, ma come sistemi di imposizione di modelli sembra applicarsi bene alla formula del racconto di nera che stiamo descrivendo. Ciò che viene comunicato attraverso i media è quanto è ristrutturato dalla forma/segno, articolato in modelli, retto da un codice. I segni-programmi tv si scambiano tra loro perdendo di vista il referente-eventi di cronaca.

Una ritualità forte contraddistingue questi prodotti dell'industria dei media (Couldry, 2003). Per lo più gli ambienti in cui si svolgono gli avvenimenti tragici sono città di provincia, territori semplici il cui ritmo quotidiano è scandito dalle attività ordinarie degli abitanti. Gente di paese che incontra sempre le stesse facce, piccole realtà che diventano,

però, luoghi attrattivi e si trasformano persino in itinerari di un turismo bizzarro. I media diventano tour operator accompagnando gli spettatori in ogni luogo del delitto. I luoghi in cui si compiono i massacri diventano “Landmark dell’orrore” e si pongono come simboli di quei territori.

Altro tratto ricorrente di queste rappresentazioni televisive è che la vittima del reato riveste un ruolo marginale; quasi un pretesto iniziale per narrare una storia che si sviluppa però lasciandola sullo sfondo. La trattazione delle vicende di cronaca negli studi televisivi garantisce il ruolo di veri protagonisti agli indagati che spesso usano le telecamere per ottenere consenso o per tentare goffamente depistaggi.

Queste formule televisive propongono ai “consumatori di nera” una “visione stereoscopica” (Todorov, 1984). Il dramma si lascia seguire da diversi punti di vista: la pluralità di percezione che ne deriva, a seconda del protagonista che di volta in volta racconta la sua storia, offre una visione più complessa dei fatti descritti.

Se nelle opere letterarie o cinematografiche sono gli autori a decidere l’azione che trasformerà lo stato di partenza iniziale nel finale desiderato, in questi casi di cronaca i protagonisti rendono spettacolari i loro comportamenti attraverso scelte discrezionali, che riguardano la vita vera, imprevedibili per gli sceneggiatori televisivi costretti a scrivere costantemente il proprio programma ispirandosi alla quotidianità di questi “nuovi divi” (Codeluppi, 2009). D’altra parte la vita reale in cui si sviluppano le dinamiche narrative del fatto criminale apre una sequenza la cui attualizzazione nel racconto televisivo dipende strettamente dalla scelta degli autori che possono sceneggiare con un’infinità di sfumature diverse la rappresentazione sul palco-tv (a seconda degli ospiti intervistati, dei tempi dedicati al caso, degli scenari inquadrati, delle colonne sonore prescelte...).

Se il reale - servendoci di Baudrillard - assume le sembianze del simulacro, il caso di cronaca che analizzeremo nelle prossime pagine si colloca in quella posizione ambigua che unisce finzione e realtà dove tutto sembra situarsi nella nostra contemporaneità.

## ***Avetrana Show***

*Porta a Porta, Quarto Grado, La vita in Diretta, Mattino 5, Matrix, Pomeriggio 5, Chi l’ha Visto, Uno Mattina, L’Arena, Domenica 5* e tutti i telegiornali nazionali nella stagione televisiva 2010-2011 si trasformano in quello che appare come un unico grande programma televisivo, un programma senza rete, senza fine ma con un inizio ben preciso: il 26 agosto 2010 scompare da Avetrana, piccola cittadina pugliese, la quindicenne Sarah.

Ci serviremo brevemente di questo caso trattato ampiamente dai media, la cui vicenda giudiziaria si conclude nei giorni in cui scriviamo con la sentenza della Cassazione, per delineare il modello narrativo al centro della nostra analisi.

Il metateatro, le maschere, i ruoli pirandelliani risuonano in una cittadina pugliese che si trasforma in un palcoscenico in cui si muovono *personaggi in cerca d’autore*. Come nella tragedia pirandelliana c’è una giovane ragazza morta e i familiari, protagonisti, sembrano cercare se stessi sotto la luce dei riflettori. Dal 6 ottobre 2010, giorno del ritrovamento del cadavere della quindicenne, è per settimane un racconto molto presente

nei palinsesti. La diretta tv di *Chi l'ha visto* della notte del ritrovamento del cadavere è seguita da 3 milioni e ottocentomila spettatori e l'Auditel ha continuato a premiare, giorno dopo giorno, la messa in onda di questa tragedia. La chiave del successo di questa storia è che la realtà non è mai come appare. Anzi, la realtà sembra superare la finzione. Richiamando Baudrillard (2002), le vicende reali di Avetrana sembrano gelose della loro immagine trasmessa nel frame mediale. I protagonisti di questa realtà sono seducenti nelle loro caratterizzazioni, è la vita questa volta ad imitare l'arte della rappresentazione mediale: lo zio-assassino (?) sembra un brav'uomo; la cugina-assassina (?) era la migliore amica della vittima; la madre della vittima lascia perplessi per compostezza e controllo delle emozioni; il fratello della vittima amato ma lontano, che prima di unirsi alla famiglia per i funerali della sorella fa una sosta nei salotti televisivi.

E quanto più s'indugia sui primi piani di questi attori del crimine, tanto più la realtà pare allontanarsi. Toni di voce, espressioni del viso, comportamenti si modificano all'accendersi delle luci della ribalta.

Nessuno, in questa vicenda, ha rinunciato al proprio *ciak* sul "set mediale": indagati, difensori, esperti, tecnici, sospetti, genitori della vittima. E la vittima stessa è stata descritta attraverso immagini, video e fotografie reperite dalla rete, dal suo profilo su Facebook e da filmati amatoriali girati in feste di famiglia. Il delitto di Avetrana si perde nella sua rappresentazione e si carica di valenze simboliche ed iconografiche.

Lo "spirito mediatico" di Sabrina e Michele Misseri aleggia di diretta tv in diretta tv; ogni pianto, ogni dichiarazione, ogni silenzio esibito di fronte ai conduttori tv che si fanno aedi di questa storia appare funzionale alla sceneggiatura creata per modellarsi perfettamente ai ritmi degli studi televisivi tra interviste esclusive, speciali e continue riproposizioni di false verità.

Il caso irrompe con tutta la sua forza nelle vite dei telespettatori perché il 6 ottobre del 2010 quella che fino a quel momento era stata la ricerca di una ragazzina sparita si trasforma in una sorprendente rivelazione in diretta del ritrovamento del cadavere di Sarah. Federica Sciarelli, con qualche esitazione nei toni vocali, un po' imbarazzata ma certa di dover comunicare la tragica novità, annuncia la morte della quindicenne. Lo share di *Chi l'ha visto?* passa da una media del 9% ad una media del 15% (un milione in più di spettatori rispetto all'anno precedente).<sup>3</sup> Lo spettacolo inconsapevolmente è stato predisposto in maniera perfetta: di fronte alle telecamere le principali protagoniste del dramma, il set era proprio la casa degli assassini.

È il primo grande successo registrato da una trasmissione che si occupa di questo caso. Il boom di ascolti è facilmente riconducibile alla rivelazione in diretta della svolta rispetto alle indagini che duravano da più di un mese. Ma la forza di questo racconto deve ancora esprimere tutte le sue potenzialità in termini di permanenza lungo i palinsesti. Si registrano, naturalmente, altri picchi di *share* in occasione d'importanti novità - come la notizia di Sabrina indagata - ci riferiamo, ad esempio, alla puntata di *Quarto Grado* del 15 ottobre 2010 che permette a Rete4 di raggiungere il 30% di share, oppure la puntata di *Matrix* dello stesso giorno che dopo la mezzanotte ottiene il 42% di share.<sup>4</sup> Ma aldilà di questi colpi di scena dall'impatto immediato, presto ogni trasmissione in onda quotidianamente scoprirà e renderà funzionale ai propri obiettivi la ricostruzione della

scena del crimine e del contesto sociale, la ricerca del colpevole attraverso le interviste a protagonisti e comprimari e per periodi molto più lunghi di quanto ci si sarebbe inizialmente immaginati (Cava, 2013). La maggior parte delle trasmissioni sceglie di raccontare il giallo d'Avetrana puntando sulla forza della parola. Altre – ne citiamo una su tutte *Porta a Porta* – costruiscono la propria rappresentazione della storia d'Avetrana valorizzando la dimensione figurativa che si concretizza in descrizioni minuziose di oggetti (ad esempio la corda o la cintura con cui probabilmente è stata strozzata Sarah) o di ambienti (il plastico di Bruno Vespa che miniaturizza perfettamente la villa dei Misseri).

La struttura fissa che si ripete in tutti i programmi è la discorsivizzazione dell'azione criminale.

Si pensi ai gruppi di ospiti che costituiscono il cast fisso delle tante trasmissioni: lo psicologo Paolo Crepet e la criminologa Roberta Bruzzone per *Porta a Porta*; la giornalista Barbara Palombelli, i criminologi Francesco Bruno e Massimo Picozzi per *Quarto Grado*; lo psichiatra Alessandro Meluzzi, la giornalista Emanuela Falcetti, lo psichiatra e professore universitario Massimo Di Giannantonio per *La vita in diretta* ecc...

Se consideriamo l'analisi delle strutture narrative principali, in base alla costruzione dei personaggi, degli eventi, delle azioni, la narrazione della storia tragica di Sarah Scazzi si propone dipanandosi con identiche modalità; cambia, però, la messa in scena.

Le modalità di ripresa e di montaggio, lo studio televisivo, il tema musicale che accompagna la vicenda, l'uso delle immagini, il ritmo che il conduttore imprime alla cronaca dei fatti costituiscono le componenti superficiali del narrato, la loro mobilità permette allo spettatore di scegliere quale formula e stile narrativo si combini meglio alla propria sensibilità culturale e al proprio gusto (Bourdieu, 1979).

In questa catena narrativa che si auto-alimenta ogni testo appare quasi interdipendente all'interno di un "racconto totale"; ciascun programma, a seconda del genere appunto o della fascia oraria, fornisce un particolare contributo a favore del mantenimento delle condizioni essenziali per la riproduzione infinita della storia della morte di Sarah.

La storia di cronaca nera narrata è la struttura portante del meta-format: uno scheletro che diventa la mappa condivisibile alla quale fanno riferimento tutti i programmi che sceglieranno di metterla in scena. È il punto nevralgico del meta-format che permette l'interazione tra generi televisivi anche molto differenti trasformandoli in moduli che s'intrecciano in un sistema continuo di rinvii (Cava, 2013).

## Conclusioni

Questa logica reticolare in cui si vetrinizza (Codeluppi, 2007) la morte violenta è, secondo noi, l'ultima trovata dell'industria televisiva per continuare a plasmare la cultura visiva contemporanea.

I delitti, come tormentoni che coltivano la curiosità oscena, in una società caratterizzata dall'ipertrofia dei segni, dei messaggi, della comunicazione in generale, diventano espressione di esasperazione realistica.

L'oscenità brucia e consuma il proprio oggetto dal momento che lo si vede troppo da vicino, scorgendo ciò che immediatamente non si era ancora visto. Tutto diventa troppo vero. Il racconto di cronaca nera non è più specchio della realtà dei delitti ma è una creazione di simulacri che perdono di vista l'originale e si alimentano di una verità per così dire interna. Una verità che è il frutto di una certa convincente coerenza rispetto al lavoro sui segni compiuto proprio dalle logiche televisive fin qui descritte che ridefinendola, confondendosi con essa, la corrompono.

La realtà delle morti violente, così rappresentata, pare accettabile proprio grazie all'alterazione realizzata dalla messa in scena televisiva.

Così le storie criminali si vaporizzano nella loro rappresentazione televisiva, il reale si perde prima nel segno e poi nel simulacro (Baudrillard, 1976); la copia – il format tv del dolore – prende il sopravvento sull'originale (i drammi di violenza e morte della "realtà reale"). Questo mondo di vicende delittuose dominato dai segni della rappresentazione è quindi un simulacro senza via di uscita dove non contano più gli eventi con al centro la morte. Continua certo ad esserci una certa somiglianza tra queste due dimensioni, ma si genera una estetica del tutto originale, con una sua legittimazione di realtà, fatta delle formule narrative che abbiamo descritto.

La realtà dei drammi di nera finisce per essere questa "apparenza" una volta che viene condivisa dai pubblici. Non si tratta più di una derealizzazione della realtà mondana ma di una sua nuova formulazione.

## Nota biografica

Antonia Cava è ricercatrice di Sociologia dei Processi Culturali e Comunicativi presso il Dipartimento di Scienze Cognitive, Psicologiche, Pedagogiche e Studi Culturali dell'Università di Messina dove insegna *Industria culturale e Media Studies*. Si occupa di analisi dell'immaginario e di consumi mediali. Tra le più recenti pubblicazioni: (con Francesco Pira) *Social Gossip. Dalla chiacchiera di cortile al web pettegolezzo* (Aracne, Roma 2015); *Da Disneyland a Sex and the City. Un'analisi dei pregiudizi sui pubblici dei media* (Franco Angeli 2010); Una rassegna sul diritto rappresentato. Racconti mediali e interazioni giuridiche a confronto, *Sociologia del Diritto* (2011).

## Bibliografia

- Abruzzese, A. *Lessico della comunicazione*. Roma: Meltemi.  
 Altheide, D.L., & Snow, R. P. (1979). *Media Logic*. Beverly Hills, CA: Sage.  
 Barthes, R. (1962). *Structure du fait-divers*. Médiations.  
 Barthes, R. (1981). *S/Z. Una lettura di Sarrasine di Balzac*. Torino: Einaudi.  
 Barthes, R. (1984). *Le bruissement de la langue. Essais critiques*. Paris: Seuil.  
 Baudrillard, J. (1970). *La société de consommation*. Paris: Denoël.

- Baudrillard, J. (1972). *Pour une critique de l'économie politique du signe*. Gallimard: Paris; trad. it. (1974) *Per una critica della economia politica del segno*. Milano: Mazzotta Editore.
- Baudrillard, J. (1976). *L'échange symbolique et la mort*. Paris: Gallimard.
- Baudrillard, J. (1983). *Les stratégies fatales*. Paris: Grasset.
- Baudrillard, J. (1994). Le crime parfait. *Topique*, 53, 5-13.
- Baudrillard, J. (2002). *Lo spirito del terrorismo*. Milano: Raffaello Cortina Editore.
- Bertoni, F. (2007). *Realismo e letteratura. Una storia possibile*. Torino: Einaudi.
- Bourdieu, P. (1979). *La distinction*. Paris: Les éditions de minuit.
- Carnevali, B. (2012). *Le apparenze sociali. Una filosofia del prestigio*. Bologna: Il Mulino.
- Carrabine, E. (2008). *Crime, culture and the media*. Polity.
- Cava, A. (2013). *Noir Tv. La cronaca nera diventa format televisivo*. Milano: Franco Angeli.
- Cavicchioli, S., e Pezzini I. (1993). *La TV-Verità: Da finestra sul mondo a Panopticon*. Roma: Rai-Eri.
- Codeluppi, V. (2009). *Tutti divi. Vivere in vetrina*. Roma-Bari: Laterza.
- Codeluppi, V. (2007). *La vetrinizzazione sociale. Il processo di spettacolarizzazione degli individui e della società*. Torino: Bollati e Boringhieri.
- Corradi, C. (2005). *Il nemico intimo. Una lettura sociologica dei casi di Novi Ligure e Cogne*. Milano: Le Melusine.
- Couldry, N. (2003). *Media Rituals. A Critical Approach*. London-New York: Routledge.
- Debord, G. (1967). *La Société du Spectacle*. Paris: Éditions Buchet-Chastel.
- Di Chio, F., e Parenti P.G. (2003). *Manuale del telespettatore*. Milano: Bompiani.
- Ferrel, J., Hayward, K. e Young, J. (2008). *Cultural Criminology: An Invitation*. London: Sage.
- Hayward, K. (Ed.). (2010). *Framing crime: Cultural criminology and the image*. London-New York: Routledge
- Jewkes, Y. (2015). *Media and crime*. New York: Sage.
- Manzato, A. (2016). Scrivere la realtà. La serialità nel factual. *Mediascapes Journal*, 6.
- Nerenberg, E. V. (2012). *Murder Made in Italy: Homicide, Media, and Contemporary Italian Culture*. Bloomington: Indiana University Press.
- Osservatorio di Pavia – Media Research e Consiglio Nazionale Ordine dei Giornalisti (2015), *La televisione del dolore*. Roma.
- Polesana M. A. (2010). *Criminality Show. La costruzione mediatica del colpevole*. Roma: Carocci.
- Pozzato, M.P. (2005). *Leader, oracoli, assassini. Analisi semiotica dell'informazione*. Roma: Carocci.
- Prattichizzo G. e Gentile C. (2016). Serialità espanse. Il racconto è là ... come la Tv. *Mediascapes Journal*, 6, 54-66.
- Presdee, M. (2004). *Cultural Criminology and the Carnival of Crime*. London: Routledge.
- Provenzano, R. C. (cura di). (2007). *Al cinema con la valigia. I film di viaggio e il cineturismo*. Milano: Franco Angeli.
- Salem, G. W., & Lewis, D. A. (2016). *Fear of crime: Incivility and the production of a social problem*. Transaction Publishers.

- Stella, R. (2003). *Box Populi. Il sapere e il fare della neotelevisione*. Roma: Donzelli.
- Todorov, T. (1984). *Le categorie del racconto letterario*. In VV.AA., *L'analisi del racconto: le strutture della narritività nella prospettiva semiologica che riprende le classiche ricerche di Propp* (pp. 227-270). Milano: Studi Bompiani.
- Walklate, S. (2007). *Imagining the Victim of Crime*. Maidenhead: Open University Press.

## Note

<sup>1</sup> Sono stati esaminati i programmi che intrecciano elementi tipici del genere informazione ad altri propri dell'intrattenimento.

<sup>2</sup> Tra le tantissime storie che negli ultimi quindici anni hanno incollato allo schermo gli italiani ricordiamo il massacro di Novi Ligure (nel 2001 Erika De Nardo uccide a coltellate in collaborazione con il suo fidanzato la madre ed il fratellino di 12 anni); il delitto di Cogne (Annamaria Franzoni viene riconosciuta colpevole dell'omicidio del figlio Samuele ucciso nel 2002 con 17 colpi di un oggetto non meglio identificato); la strage di Erba nel 2006 (i coniugi Olindo e Rosa uccidono quattro vicini di casa); l'omicidio di Perugia (nel 2007 Meredith Kercher una studentessa inglese viene trovata uccisa con la gola tagliata nella sua casa, la sua coinquilina ed il fidanzato sono stati condannati in primo grado ed assolti in appello, al momento solo un giovane ivoriano è stato condannato per omicidio volontario) e il caso di Avetrana (la quindicenne Sarah Scazzi nel 2010 viene uccisa dalla cugina Sabrina Misseri in complicità con la zia Cosima in una piccola cittadina pugliese).

<sup>3</sup> Fonte Auditel 7 Ottobre 2010.

<sup>4</sup> Fonte Auditel 16 Ottobre 2010.

## **“L’informazione come scandalo”. Dall’iperrealtà dell’industria dell’informazione alle fake news del sistema mediale ibrido\***

Marco Binotto\*\*

Sapienza Università di Roma

The article aims to use Jean Baudrillard’s concept of hyperreality—“this unleashing of things as if they had a sense”— to analyze the countless cases of fakes and hoaxes spread throughout the history of modern journalism as well as today indignation for the breaking of fake news. If, in the past, the news industry’s choices, language, and procedures could make it difficult to understand a profession that is increasingly overwhelmed by information, in the new hybrid media system, these same dimensions are revised through Baudrillard’s conception. A "Permanent Survey" in which systems and audiences share news-signs coded by software or algorithms and seem to reproduce the same irony, the same incidents and, above all, that same disillusion. After the scandal of information, there is information as a catastrophe.

**Keywords:** Information, journalism, fake news, media activism, hybrid media system

Nel 1992 Jean Baudrillard, riferendosi all’ultimo degli innumerevoli episodi di falsi e bufale diffuse nel corso della storia del giornalismo moderno, scriveva: “Nel caso della rivoluzione rumena è il trucco dei morti a Timisoara che ha suscitato una sorta di indignazione morale e sollevato il problema dello scandalo della “disinformazione”, o piuttosto dell’informazione stessa in quanto scandalo” (1992, p. 78). L’odierna indignazione per la post-verità e l’irruzione delle fake news nel mediascape quasi fino ad influire sulla campagna presidenziale negli Stati Uniti non è che l’ennesimo momento di sdegno per gli errori del sistema mediale come congegno produttore di fatti (Berardi, 2017; Tonello, 2017). Naturalmente, come in passato, diviene facile identificare e circoscrivere il problema, o meglio il colpevole, che questo sia un genere, un attore o una nuova tecnologia.

Forse, ripercorrendo la traccia del sociologo francese, possiamo mettere in dubbio questa interpretazione. Ogni notizia pubblicata dalle aziende informative è – come sappiamo – costruita e ricostruita lungo un’estesa e intricata filiera produttiva. Un insieme di procedure industriali ne definiscono i ruoli, le scelte, il formato. Gli avvenimenti scompaiono dietro questa elaborazione infinita di attualità, tanto da renderla iperreale, simulazione concreta del reale. Nelle parole di Baudrillard: “La simulazione è proprio questo susseguirsi irresistibile, questo scatenarsi delle cose come se avessero un senso, mentre sono rette soltanto dal montaggio artificiale e dal non-senso” (1992, p. 27). Le

---

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

\*\* Email: marco.binotto@uniroma1.it

espressioni dello studioso francese sono sempre oscure. Paradossali. Il suo stile iconoclasta sovente gli dona forza e fascino, ma non ne rende sempre chiari i concetti. L'iperrealtà è uno di questi. I meccanismi dell'industria dell'informazione producono realtà: non vi sono dubbi. Contribuiscono alla costruzione sociale della realtà eppure quella formula può apparire ancora oggi eccessiva, provocatoria, sproporzionata. Spesso è stata recepita in questo modo: la "sparizione della realtà" è stata presa alla lettera, la profezia di un'epoca di simulacri e simulazioni bollata come una critica velata di nostalgia.

Ma è proprio quest'approccio apodittico, quella "violenza teorica (...) il cui unico metodo e la radicalizzazione di tutte le ipotesi" a costituire l'utilità – ancora oggi – delle sue riflessioni (Baudrillard, 1976, p. 15). Un insieme di formule, parole chiave, idee utili per la comprensione dei media contemporanei. Oggi come allora la radicalità delle conseguenze dell'avvento delle tecnologie, il nostro mondo infinitamente complesso e ambivalente, quasi completamente mediatizzato, richiede ancora uno sguardo che ne colga l'essenza. Per coglierne però appieno il valore credo da tempo che non si debba mimarne o riprodurre la vena immaginifica o estrema. Occorre piuttosto riportare quelle provocazioni al linguaggio più composto e circostanziato delle definizioni scientifiche, delle evidenze e dello sguardo sociologico. Circoscrivere queste affermazioni, fornirle di esperienze di ricerca e sostegni teorici: le analisi della cultura professionale giornalistica, dell'organizzazione produttiva, delle procedure di selezione e trattamento delle notizie. A quel punto potremmo anche riscoprirne il particolare valore morale e politico. Quella prospettiva insieme appassionata e distaccata, ironica e consapevole della posta in gioco, ci consente di non adottare un atteggiamento *semplicemente* normativo, o *banalmente* moralistico, verso una realtà comunque da leggere nelle sue forti implicazioni per la libertà individuale e il funzionamento delle democrazie contemporanee.

## Iper-realtà, o dell'industria dell'informazione

La ricerca sulla comunicazione di massa, sui suoi apparati e procedure, svela la differenza tra le pratiche di produzione della realtà e l'ambiente tangibile. Le scienze sociali ne hanno delineato i confini tra mitologie, rappresentazioni, giustificazioni e pratiche quotidiane; tra costruzione della realtà e la realtà costruita (Berger & Luckmann, 1966; Spector & Kitsuse, 2001). Le procedure adottate dalle organizzazioni giornalistiche, dal punto di vista sociologico, non riproducono la realtà (Cheli, 1992; Cohen & Young, 1981). Non potrebbero farlo. Le ricerche su queste organizzazioni confermano questo assioma. La complessità di questa *routinizzazione* dell'incoerente e disomogeneo reale trasforma, produce, rappresentazioni di realtà (Tuchman, 1978). Il grado di distacco dagli altri sottosistemi sociali è dato dalla quantità di strutture, interfacce, operazioni e operatori presenti. La società dell'informazione ha prodotto interi segmenti industriali dediti alla rappresentazione del mondo, tali da trasformare questa *normale* costruzione della realtà in fabbrica automatizzata, da "deformazione inconsapevole" alla sua riproduzione automatizzata. *Iperrealtà*, appunto. Semplicemente il concetto di iperrealtà, in questi

termini, formalizza ed enfatizza fino alle sue estreme conseguenze le conclusioni delle ricerche sulla produzione delle notizie:

È ormai acquisito, nell'ambito delle ricerche sulle comunicazioni di massa, che l'informazione sia originata da organizzazioni specialistiche, complesse e sovente burocratizzate, la cui struttura e le cui dinamiche incidono profondamente sia sulla natura della professione stessa, sia sui contenuti delle notizie (Garbarino, 1985, p. 35)

La *news organisation*, sistematizzando e burocratizzando il rapporto con “le fonti”, *allontana* l'effetto dei singoli sul risultato finale. Le ricerche e le analisi critiche del lavoro giornalistico mettono in evidenza da anni le *débâcle* delle procedure professionali e degli obblighi deontologici di onestà e obiettività. Il diffondersi di “falsi giornalistici” e leggende metropolitane, di “pseudo-eventi” e “news management” mette a nudo le difficoltà di una professione sempre più sommersa dalle informazioni. Nei termini di Baudrillard questa realtà ricostruita dall'informazione appartiene all'ordine dei simulacri non a quello della rappresentazione. Questo modello di “terzo ordine” corrisponde alla proliferazione “indeterminata” e “aleatoria” dei segni. Come scriveva Rossella Savarese già nel 1983:

La tesi di Baudrillard può apparire riduttiva se non si conoscono le pratiche di routine della professione e non si è mai osservata la tensione che spinge i giornalisti in due opposte direzioni. Da un lato la monotona conformità al modello testuale affermato (...). Dall'altro la morte del giornalista-narratore corrisponde alla sua professionalità e quindi alla sua esistenza come operatore insostituibile del processo (...) che si distingue nel gioco della modulazione delle differenze (Savarese, 1983, p. 11)

Le procedure adottate nella realizzazione delle notizie non potrebbero (quasi) condurre in altre direzioni. Senz'altro “la trasformazione di un fatto in notizia è il risultato di una riduzione di complessità” (Sorrentino, 1995, p. 5). Trasformare un *fluire* disordinato e tendenzialmente infinito di fatti in un testo compiuto non può essere operato senza un duro lavoro di sintesi e semplificazione. Ma a questo dato scontato si aggiungono ulteriori elementi. Risulta ormai chiaro: l'espressione “fabbrica delle notizie”, nelle sue variazioni, non è usata solo per indicare la modalità produttiva industriale che la contraddistingue. Gli apparati giornalistici costruiscono una realtà che altrimenti non esisterebbe. Le ricerche sulle pratiche produttive non fanno che confermarlo, è la stessa presenza del cronista e del suo apparato a tradurre la realtà in notizie, a stimolare la costruzione di eventi (Cottle, 2007; Stonbely, 2015). Contrariamente all'immaginario professionale le notizie non vengono “cercate” dai giornalisti, né propriamente sono da loro “selezionate”.

Le critiche a questo trattamento dell'informazione, quelle che invocano la serietà e l'obiettività come quelle che lamentano una rappresentazione falsata della realtà, fanno riferimento ai criteri degli ordini precedenti: se il primo è legato alla sua utilità referenziale, la sua dimensione funzionale, il suo valore d'uso, il secondo rimanda al suo valore di scambio, alla “configurazione funzionale della produzione” e al “sistema dell'interscambiabilità delle merci” (Baudrillard, 1976, p. 17). Mentre – come vedremo – la proliferazione di falsi e bufale restituisce un sistema di ri-produzione governato dall'“emancipazione del segno” da qualsiasi referente ma spesso anche dall'indipendenza

dalla rappresentazione *testuale* della realtà. Il significato dell'informazione in questi termini non è più nell'utilità e nella verosimiglianza del contenuto dei media (Genette, 1969), ma nella sua stessa funzione rituale di coesione sociale, diceria, presenza (Abruzzese & Miconi, 1999; Carey, 1989; Couldry, 2003; Miconi, 2008).

Nella sua motivazione produttiva domina infatti il lavoro *in sé*, una routine senza scopo costruita intorno alla combinazione di formule e stereotipi, di notizie riprese e posizioni confrontate, appunto quella che Baudrillard definisce come ritualità fondata su un semplice "codice combinatorio" (1976, p. 23). La diretta planetaria, la continuità 24 ore su 24, le comuni regole linguistiche, l'agenda condivisa garantiscono un'interconnessione di storie e discorsi: un unico grande giornale (Boczkowski, 2010). Vediamo le tre dimensioni su cui si articola questo sistema di simulazione.

*Criteri di scelta.* La realtà enunciata dalle notizie è l'unica possibile, ogni "altra" verità semplicemente non esiste per quei criteri di selezione, non è visibile per lo sguardo giornalistico: "una realtà non notiziabile è una realtà giornalmisticamente inesistente" (Sorice, 1995, p. 60). La selezione di questa realtà viene operata sulla base di criteri (i valori-notizia) condizionati da tre domini: "pubblico, organizzazioni e fornitori di contenuti" (Shoemaker & Reese, 2014, p. 168). Criteri come la rilevanza, la presenza di conflitti, la prossimità, l'"interesse umano", che permettono la classificazione delle qualità che rendono un singolo fatto-notizia meritevole di essere selezionato dal fluire proveniente da fonti o agenzie, per poi essere elaborato e reintrodotta nel circuito informativo. Infatti "i media forniscono solo parti della realtà, peraltro funzionali alle stesse dinamiche interne di produzione" (Sorice, 1995, p. 60).

*Linguaggio.* La realtà, una volta integrata nel campo giornalistico, cambia statuto. È tradotta letteralmente in un sistema semiotico e linguistico diverso, parzialmente incompatibile con la sua origine, "per il semplice motivo che qualunque elaborazione attraverso i media, altera la realtà" (Curcio, 2000, p. 62). La selezione e presentazione delle notizie viene inoltre operata sulla base di esigenze di carattere linguistico. La sintassi della comunicazione (giornalistica) necessita di alcuni accorgimenti per produrre il risultato comunicativo voluto. Le scelte di sommarietà, truculenza, enfasi, narratività della presentazione delle notizie rispondono proprio a *grammatiche* e logiche della comunicazione mediale (Altheide, 1995).

*Procedure.* La produzione di notizie si fonda su un'insieme di prassi e consuetudini, quanto più tale automatismo non incontra ostacoli quanto più produce la *sua* realtà (Altheide, 1976): una realtà con regole e consistenza propria. Tali consuetudini appaiono dominanti rispetto al contenuto delle notizie. Le pratiche quotidiane permettono infatti una fattura professionalmente corretta del prodotto finale e soprattutto indifferente alle "condizioni ambientali", alla qualità della materia prima e ad eventuali circostanze eccezionali. Anzi tali know-how appaiono progettati proprio per rispondere agli eventi "imprevedibili". In condizioni normali, invece, le prassi concorrono alla creazione di articoli ben realizzati anche in assenza di notizie "eccezionali". La forza delle pratiche professionali e delle opinioni appaiono spesso più determinanti:

le caratteristiche tipiche del contenuto sembrano collegabili più direttamente alla natura delle organizzazioni dei media, che alle caratteristiche personali degli operatori. Gli imperativi organizzativi tendono ad avere la precedenza sulle preferenze personali (...) e la "politica" delle organizzazioni dei media è un fenomeno più collettivo che individuale. (McQuail, 1987, pp. 211–212)

Nel momento in cui, come in ogni organizzazione burocratica, le norme appaiono sovradeterminare la concretezza di persone e avvenimenti realizzando forme logico-razionali indifferenti ai contenuti il giornalismo sembra malato. Appare aver interrotto la pratica artigianale di ricerca delle notizie, appare incorrere in infortuni prima impensabili.

Nella citazione da *L'illusione della fine*, riportata all'inizio, Baudrillard si riferiva ad un particolare episodio diventato in breve tempo paradigmatico di come la complessa rete dell'informazione possa produrre, *automaticamente*, notizie prive di fondamento senza per questo ricorrere alla categoria del falso programmato, della mistificazione, del propaganda occulta. È stato Claudio Fracassi, già direttore del settimanale *Avvenimenti*, nell'ambito di un pluriennale lavoro di raccolta e sistematizzazione di questi "effetti di realtà" simulata a descrivere meglio l'accaduto. La notizia della strage che si "sarebbe" compiuta in una lontana periferia rumena negli anni del "crollo del muro di Berlino" non ha mandante né movente. Non è stata suggerita o prodotta da un servizio segreto né da un'agenzia di pubbliche relazioni. La notizia nasce da una testimonianza, un racconto. Un "viaggiatore cecoslovacco", domenica 17 dicembre 1989, riferì di colpi di armi da fuoco sparati a Timisoara, città dove in quei giorni si era svolta una manifestazione. Il 20 dicembre di nuovo due agenzie di stampa oltre cortina ripresero la tragica notizia: "Timisoara è ormai distrutta". Uno scenario apocalittico costituito da carri armati, bambini uccisi, "elicotteri che mitragliavano la folla (...) 4660 morti, 1860 feriti, tredicimila arresti, settemila condanne a morte" (Fracassi, 1994, p. 13). Solo dopo qualche giorno iniziarono, finalmente, le inchieste e le verifiche; le poche smentite, e le molte (brevi) rettifiche. L'evento mondiale della "tragedia di Timisoara" fu sostituito dall'evento della sua mancata esistenza. Allo scandalo della morte seguì lo scandalo dell'informazione.

Senza colpevoli o complotti quell'evento eccezionale non era però avvenuto "per una particolare malignità, o incapacità, dei giornalisti, ma per i meccanismi stessi dell'informazione" (Fracassi, 1996, p. 58). Il rimpianto per un passato ormai scomparso, per il carattere artigianale del lavoro giornalistico – ormai soppiantato dalle rigide ed efficienti regole dell'industria o dalle flessibili e sinuose spirali dell'informatica – non oscura un contenuto sociologicamente rilevante:

Oggi invece le notizie non vengono più verificate: ci si limita a rielaborare il materiale proveniente dalle agenzie.(...) Un filtro invisibile conduce all'astrazione: il testimone diretto, per lo più burocratico, fa affluire il materiale all'agenzia; questa lo adatta agli interessi del giornale; nelle redazioni si manipola ulteriormente per favorire il punto di vista personale o della proprietà; infine le esigenze tecniche e d'impaginazione, le "gabbie" del giornale fanno il resto. (Ugo Rofani in Fertilio 1994:19)

Il rivoluzionario cambiamento del ruolo e delle funzioni dell'apparato informativo appariva già allora una delle cause della diffusione di queste false notizie. La presenza di *fake news* ora come allora appare come il principale problema del sistema informativo. Un sistema oggi però profondamente mutato forse proprio nella direzione indicata dai certosini raccoglitori di "falsi giornalistici". Salvatore Casillo, con il suo *Centro Studi sul Falso*, ne rintracciava l'origine proprio nella trasformazione del lavoro giornalistico da attività di ricerca, selezione, elaborazione ad una semplice opera di selezione, assemblaggio e presentazione: dall'investigazione del cronista alla "cucina" del *desk*. Il colpevole è sempre lo stesso: quelle modificazioni strutturali prodotte da automazioni che riducono i costi e la necessità di lavoro umano,

riducendo l'attività redazionale a quella della ricomposizione dei semilavorati e frammenti delle agenzie, al montaggio di notizie, di informazione, di dati, di servizi comperati presso soggetti esterni al giornale. Una vera rivoluzione, completata dalla possibilità (...) di acquistare da altre agenzie (...) blocchi di servizi o intere pagine su cui non è necessario alcun tipo di intervento. (Casillo 1997:21)

L'origine delle notizie diventa completamente separata dal controllo e dalla verifica redazionale. I criteri di scelta, le finalità del produttore, la manodopera necessaria alla ricerca dei riscontri non sono più disponibili alla struttura produttiva ma esternalizzati, lontani. Allora le semplici esigenze di impaginazione e pubblicazione, le scadenze e la necessità di far fronte alla competizione sembrano essere gli unici criteri che orientano le scelte.

## **Fake news, o di un sistema mediale ibrido**

Nel nostro contemporaneo sistema mediale cambiano e si moltiplicano media e produttori di informazione in un ambiente caratterizzato da frammentazione, "complessità, interdipendenza, e transizione" (Chadwick, 2013, p. 4). Se lo scandalo delle false-notizie pare illustrare ancora la quotidianità del funzionamento della produzione e circolazione delle news, le categorie con cui Casillo ordinava e classificava questi "falsi" possono ancora essere utili. Da una parte abbiamo i *fattoidi*, "eventi mai avvenuti, dotati di peculiarità e caratteristiche anomale e curiose, ma plausibili e verosimili, sul cui conto, nel tessuto sociale o in alcuni ambienti di esso circolano indizi" (Casillo, 1997, p. 30). Leggende metropolitane (Brunvand, 1986), notizie senza origine o autore pronte, anche troppo facilmente, ad essere riportate o riprese da giornali e social network site confermando stereotipi, luoghi comuni e pregiudizi (Marletti, 1983, p. 217). Dall'altra ci sono le *bufale*: "notizie di eventi non avvenuti, appositamente approntate, da soggetti del tipo più disparato, esterni alle redazioni, per essere introdotte nel circuito dei mass media" (Casillo, 1997, p. 32). Spesso si tratta di scherzi, l'invenzione di anonimi produttori di beffe dalle oscure motivazioni. Tali autori scovano le falle del non irreprensibile sistema di verifica delle redazioni. Anche qui al repertorio *classico*, dal decesso di personaggi famosi

alle solite terrificanti vicende degli “untori” di malattie contagiose, possiamo aggiungere il contemporaneo panorama di bufale diffuse sui social media. Ancora oggi le burle autenticamente “disinteressate” appaiono minoritarie. La necessità di acquisire fama personale o altre meno nobili intenzioni conducevano già allora alla produzione di bufale, mentre oggi trovano immediato incentivo economico del *Pay for click* e del *click-baiting* oppure nella più indiretta necessità di costruirsi un marketing personale in rete o, nientemeno, di acquisire influenza o potere attraverso la manipolazione (Marwick & Lewis, 2017; Wardle, 2017).

La scelta di spargere “notizie prive di fondamento” può essere però premeditata ma priva di interesse; essere, cioè, compiuta né per il mero piacere di compierla, né per il raggiungimento di uno scopo personale. Non è cioè motivata da un risultato immediato. Ci si riferisce alle beffe organizzate ai danni del sistema di informazione *in quanto tale*. “Scherzi” organizzati per ingannare il campo giornalistico e, in questo modo, delegittimarlo. Renderne palesi meccanismi, debolezze, deformazioni: “Il *falsificatore* non vuole raggiungere un effetto materiale immediato né procurarsi vantaggi personali. L’obiettivo è molto più alto” (Blissett, Brünzels, & Autonome a.f.r.i.k.a. gruppe, 2001, p. 49). Produrre artificialmente un evento può creare una vicenda così notiziabile da riprodursi e diffondersi autonomamente o introdurre un tema in agenda. In ogni caso l’atto di rivelare la falsificazione “rende improvvisamente visibili le strutture discorsive nascoste” (2001, pp. 49–50).

Gruppi e individui che concretizzano l’idea nata “all’alba degli anni Novanta” e così raccontata da Baudrillard: “un’Agenzia invisibile, anonima e clandestina (...) Captatrice di eventi irreali, per disinformare il pubblico” (1992, p. 26). L’obiettivo è rendere il pubblico “cosciente” dell’operazione manipolatoria, selettiva e interpretativa dei mezzi di comunicazione, con l’antico l’obiettivo della costituzione di un fruitore critico (Eco, 1973):

La guerriglia mediatica non vuole svelare la “verità più vera” di cui i grandi mass media ci terrebbero all’oscuro (...). Il conformismo e la compattezza dei media non nascono da una particolare capacità strategica di fantomatici gestori del “potere mediatico”, quanto piuttosto dall’estrema ignoranza, malafede, meschinità e grettezza di piccoli uomini e donne che si fingono professionisti dell’informazione e non sanno fare altro che appiattirsi gli uni sugli altri. (Luther Blissett, 2000, p. xxxii).

Proprio la possibilità di intromissioni e di errori evidenzia la porosità delle *news organization*, la fragilità di una professione, in fondo, la sua *umanità*. Ciò aumenta l’interesse per questi “infortuni”. Infatti, la creazione di falsi eventi, necessitava di una accurata conoscenza del linguaggio dei media come ora di tecniche per “hackerare l’economia dell’attenzione” (boyd, 2017). Il Luther Blissett Project negli anni 90 come oggi le continue beffe mediatiche digitali realizzate da Ermes Maiolica mostrano in controluce il funzionamento “medio” della fabbrica delle notizie. Quest’ultimo realizza contenuti per “ingannare” gli utenti dei social media e le redazioni giornalistiche diffondendo meme, contenuti e informazioni fantasiose (frasi attribuite a personaggi noti come Umberto Eco o Laura Boldrini) o inventate (le auto regalate dalla Volkswagen o la sua stessa morte) confidando nella capacità di diffondersi nonostante siano spesso palesemente false o

artefatte. Infatti, le tecnologie digitali pare non abbiano fatto altro che rendere ancor più evidente questo volto scandaloso dell'informazione.

Ed è proprio nell'analisi delle differenze tra i falsi giornalistici del passato e le *fake news* contemporanee che ci torna utile la riflessione di Jean Baudrillard. Il nostro sistema mediale ibrido sta infatti modificando le procedure e le regole del sistema mercantile, industriale e produttivo dell'informazione. Il nuovo regime di produzione di segni-notizie edifica un sistema diverso dal precedente ma simile nella sua componente originaria: la particella di informazione diffusa e scambiata, *la notizia*. Il nuovo sistema, se da un lato ibridizza news e intrattenimento, editori professionali e creatori dilettanti, vecchi e nuovi media, dall'altro si fonda sullo stesso "modello informativo del quotidiano" nato nell'Ottocento e affermatosi nel secolo successivo:

La selezione nel tumulto degli eventi (...) di alcuni singoli fatti che possono essere riferiti come racconti in sé compiuti e autonomi, apprezzabili in quanto la struttura alla base della narrazione si ricollega a modelli già noti al pubblico. (Ortoleva, 2009, p. 262)

L'apparente viralità delle *fake news* è già un frutto di quel nuovo regime segnico prefigurato dagli scritti degli anni 70 di Baudrillard. Se la materia prima, il nucleo fondante, appare del tutto simile, possiamo provare a ripercorrerne i tratti utilizzando quelle stesse tre dimensioni di produzione che abbiamo già utilizzato: criteri di scelta, linguaggio e procedure.

*Test*. La moltiplicazione dei soggetti produttori e propagatori di segni-notizia trasforma il tradizionale processo di selezione delle notizie (Barzilai-Nahon, 2008; Van der Haak, Parks, & Castells, 2012). In questo *gatekeeping, diffuso e networked*, alle grandi organizzazioni formate da personale professionalizzato e (sempre meno) ben pagato si affiancano piccoli e agili imprenditori della comunicazione insieme al folto gruppo di "citizen producers" (Chadwick, 2013, p. 55; Deuze & Witschge, 2017). I pubblici connessi al web e ai social media svolgono il ruolo determinante di condividere, commentare o remixare i contenuti favorendone o meno il successo (Boccia Artieri, 2012; Jenkins, Ford, & Green, 2013). In questo senso le grandi piattaforme come ogni sito web cercano continuamente il coinvolgimento delle audience nella speranza di suscitare l'engagement. Come il modello di business dei broadcaster televisivi era concentrato sulla raccolta di pubblici, il successo dei social network site è assicurato dalla capacità di "raccolgierne e riutilizzarne i dati" (datafication, van Dijck & Poell, 2013, p. 9).

"Il ruolo dei messaggi non è più d'informazione ma di test e di sondaggio", così nel 1976 ne *Lo scambio simbolico e la morte*. L'odierna necessità – da Facebook fino al più piccolo blog – di analizzare il comportamento delle audience, di verificare il successo delle notizie pubblicate in termini di *views* e risposte, veniva prefigurata come società del referendum perpetuo, un "gioco di domanda/risposta" (75) dove:

Ogni immagine, ogni messaggio mediatico, (...) è un test – cioè in tutto il rigore del termine, libera dei meccanismi di risposta secondo stereotipi o modelli analitici. Al giorno d'oggi, l'oggetto non è più

“funzionale” nel senso tradizionale del termine, non vi serve: vi sottopone a un test. (Baudrillard, 1976, p. 75)

*Medium.* I 140 caratteri di un tweet, il bisogno di comporre un breve titolo per l'ultimo post di un blog, quello di comporre l'immagine e le etichette (hashtag) su instagram, la scelta del colore o il link a cui abbinare il breve commento dell'aggiornamento di stato su Facebook sono tutte procedure che riproducono e socializzano il gergo e la grammatica sincopata e orale dell'informazione giornalistica in milioni di atti quotidiani. La diffusione tra sistemi e dispositivi di questi “frammenti digitali” di notizie e informazioni costituisce un “giornalismo d'ambiente” (*ambient journalism*), un “sistema di allerta” (*awareness system*) sempre in moto (Hermida, 2010, p. 301). In questo senso il ruolo produttivo delle audience è traducibile in una trasformazione delle relazioni e del linguaggio grazie all'*affordance* della tecnologia utilizzata: è il medium che *forma*, è, il messaggio. Di nuovo *Lo scambio simbolico*: “È in effetti il medium, il modo stesso di montaggio, di sceneggiatura, d'interpretazione, di sollecitazione, di ingiunzione da parte del medium, che regola il processo di significazione” (77). Ogni falso titolo o notizia pubblicata da Lercio dimostra come il formato della notizia, *quel certo modo di scrivere un titolo*, rende un'informazione tale (Caniglia, 2009; Jalbert, 1999). Un patrimonio euristico e performativo ormai ampiamente diffuso rientra nelle competenze di base dell'utente medio, capace di comprenderne il gioco ironico come di riprodurre stilemi e cliché, quanto gli errori e gli stereotipi. Per molti può sembrar facile costruire un titolo di una notizia, costruirne la narrazione e definirne l'impaginazione.

*Modelli.* Se erano i processi industriali di divisione del lavoro e trattamento delle notizie a caratterizzare il giornalismo, queste procedure oggi appaiono uscire dalle redazioni e diffondersi lungo networks e piattaforme (Bruns, 2017), verso una “natura del mercato del lavoro redazionale sempre più frammentata, connessa, e atipica” (Deuze & Witschge, 2017, p. 4). Se prima erano queste consuetudini ad assicurare l'accuratezza della scelta e del corretto trattamento dell'informazione, oggi sempre più software e design svolgono la funzione di raccolta e classificazione (Bucher, 2015). È proprio l'emergente connessione transmediale dei contenuti informativi a fornire un senso d'insieme alle pratiche informazionali e personali della loro produzione/riproduzione. Il principio di connettività perpetua della *network society* corrisponde all'idea di una “società degli algoritmi” (Mazzotti, 2015), definita ne *L'economia politica del segno* la “società retta dal codice”:

In realtà il grande mezzo di comunicazione di massa è il Modello. Ciò che viene comunicato attraverso i media non è quanto trasmesso dalla stampa, dalla televisione, dalla radio, ma quanto è ristrutturato dalla forma/segno, articolato in modelli, retto da un codice; così come la merce non è ciò che viene prodotto industrialmente, ma ciò che passa attraverso la mediazione del sistema di astrazione del valore di scambio. (1972/1974, p. 190)

Ogni notizia, come ogni contenuto, si diffonde e riproduce come ogni moneta e merce. Circola e si afferma in uno spazio sempre più competitivo dove l'automatismo degli algoritmi – dal page-rank di Google al EdgeRank di Facebook – regola l'efficacia o la

fortuna di ognuna, chiarisce quella “indeterminazione del valore”, l’indifferenza di ogni contenuto, privato di ogni referente e condannato solo alla legge della riproduzione, dell’automazione e della circolazione (oggi *spreadable, ranked, engagement*).

	<i>Iperrealtà</i>	<i>Fake news</i>
<i>Ecosistema</i>	Industria dell’informazione	Hybrid media system
<i>Contesto</i>	Capitalismo industriale	Network society
<i>Materia prima</i>	Notizia	Notizia
<i>Criteri di scelta</i>	Notiziabilità, fonti, valori-notizia	Test, sondaggio, condivisione
<i>Linguaggio</i>	Gergo giornalistico, stereotipi, grammatiche	“Il medium è il messaggio” formati, hashtag, modelli
<i>Procedure</i>	Routine burocratiche, Agenda, standard	Algoritmo, codice (software), ranking
<i>Incidenti</i>	Falsi giornalistici	Fake news e bufale “virali”

## Conclusioni

Abbiamo visto come, ieri, l’astrattezza del rapporto con le fonti e la burocratizzazione delle organizzazioni giornalistiche produceva i falsi, mentre oggi, al pari di ogni altro segno-notizia del sistema mediale ibrido, gli scherzi architettati da Ermes Maiolica *mettono al lavoro* ognuna delle dimensioni fin qui identificate. Spingono ogni utente a solidarizzare con la vittima o ad indignarsi contro l’ultima inverosimile e inventata “uscita” di Laura Boldrini: mimano facilmente lingua, format e immagini dei contenuti digitali, sfruttano gli algoritmi e la stessa reazione sistemica per emergere dal rumore di fondo creato dall’inflazione di notizie e *reactions*.

Ora come ieri però la soluzione paradossale suggerita da Baudrillard non rimanda ad un ritorno alla referenzialità del reale o alla “saggezza delle folle”. Quando il sistema mediale appare sempre più esposto al rischio di scandali, beffe, catastrofi; quando piccole start-up investono nella diffusione di notizie più-reali-del-vero pronte a creare engagement e ricevere click e introiti; quando gruppi di *guerriglia mediatica* costruiscono personalità e reazioni fittizie per ironizzare sulle narrazioni circolanti nel nuovo sistema ibrido, l’autocomunicazione di massa (Castells, 2009) pare non produrre *citizen journalism*, ma mina la stessa credibilità di ogni evento tanto da “non poter guardare in buona fede” (1992, p. 85) l’informazione *social* oggi quanto la televisione nel 1992. Lo sguardo beffardo di Jean Baudrillard già allora ci metteva in guardia sull’attribuire l’avvento della disinformazione “a un accidente”:

Non c’è effetto perverso, e neppure ragione di scandalo nella “sindrome di Timisoara” – è molto semplicemente la verità (immorale) dell’informazione, la cui destinazione segreta è quella di ingannarci

sul reale, ma anche di *disingannarci sul reale*. Non ci sarebbe peggior errore di quello di prendere il reale per il reale e, in questo senso, l'eccesso stesso dell'illusione mediatica funge per noi da disillusione vitale. (1992, p. 84)

Le fake-news ci servono oggi come allora per comprendere meglio la realtà che ci circonda. Se allora la televisione permetteva di “imparare a mettere in dubbio ogni immagine, ogni discorso, ogni commento” (88), ora che l'intera mediasfera pare essersi tramutata davvero in un “test di intelligenza permanente” producendo non tanto falsi quanto disillusione: l'“indifferenza, la distanza, lo scetticismo, l'apatia senza condizioni” (88). Dopo lo scandalo dell'informazione c'è l'informazione come catastrofe.

## Nota biografica

Ricercatore e professore aggregato presso il Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale della Sapienza Università di Roma dove insegna *Comunicazione, advocacy e consumo responsabile* e *Comunicazione delle scienze biomediche*. Tra le più recenti pubblicazioni *Tracciare confini. L'immigrazione nei media italiani* (a cura di, con M. Binotto e V. Lai, Franco Angeli, Milano 2016); *Manuale dell'identità visiva per le organizzazioni non profit* (con N. Santomartino, Fausto Lupetti Editore, Milano 2012) e *Comunicazione sociale 2.0* (Nuova Cultura, Roma 2010).

## Bibliografia

- Abruzzese, A., & Miconi, A. (1999). *Zapping. Sociologia dell'esperienza televisiva*. Napoli: Liguori.
- Altheide, D. L. (1976). *Creare la realtà. I telegiornali in America: selezione e trattamento delle notizie*. Torino: Eri-Rai.
- Altheide, D. L. (1995). *An ecology of communication : cultural formats of control*. New York: Aldine de Gruyter.
- Barzilai-Nahon, K. (2008). Toward a theory of network gatekeeping: A framework for exploring information control. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 59(9), 1493–1512. <https://doi.org/10.1002/asi.20857>
- Baudrillard, J. (1972) *Pour une critique de l'économie politique du signe*. Paris: Gallimard; (1974) *Per una critica della economia politica del segno*. Milano: Mazzotta.
- Baudrillard, J. (1976). *L'Échange symbolique et la mort*, Paris: Gallimard; (1979) *Lo scambio simbolico e la morte*. Milano: Feltrinelli.
- Baudrillard, J. (1992). *L'illusion de la fin: ou la grève des événements*. Paris: Galilée; trad. it. *L'illusione della fine. O lo sciopero degli eventi*. Milano: Anabasi.
- Berardi, F. (Bifo). (2017, April 9). Verità e simulazione. Retrieved 5 June 2017, from <https://www.alfabeta2.it/2017/04/09/verita-e-simulazione/>

- Berger, P. L., & Luckmann, T. (1966). *The Social Construction of Reality. A Treatise in the Sociology of Knowledge*. Harmondsworth: Penguin Books; trad. it. (1997). *La realtà come costruzione sociale*. Bologna: il Mulino.
- Blissett, L., Brünzels, S., & Autonome a.f.r.i.k.a. gruppe. (2001). *Handbuch der Kommunikationsguerilla*. Berlin: Assoziation A; trad. it. *Comunicazione-guerriglia: tattiche di agitazione gioiosa e resistenza ludica all'oppressione*. Roma: DeriveApprodi.
- Boccia Artieri, G. (2012). *Stati di connessione: pubblici, cittadini e consumatori nella (social) network society*. Milano: Franco Angeli.
- Boczkowski, P. J. (2010). *News at work: imitation in an age of information abundance*. Chicago-London: The University of Chicago Press.
- boyd, danah. (2017, January 5). Hacking the Attention Economy. Retrieved 15 November 2017, from <https://points.datasociety.net/hacking-the-attention-economy-9fa1daca7a37>
- Bruns, A. (2017). *Gatewatching revisited: news curation in the social media age*. New York: Peter Lang.
- Brunvand, J. H. (1986). *Leggende metropolitane: storie improbabili raccontate come vere*. Genova: Costa & Nolan.
- Bucher, T. (2015). Networking, or What the Social Means in Social Media. *Social Media + Society*, 1(1). <https://doi.org/10.1177/2056305115578138>
- Caniglia, E. (2009). *La notizia. Come si racconta il mondo in cui viviamo*. Bari-Roma: Laterza.
- Carey, J. W. (1989). *Communication as culture: essays on media and society*. Boston: Unwin Hyman.
- Casillo, S. (1997). Fattoidi, Bufale e falsi giornalisticci. In *Falsi giornalisticci. Finti scoop e bufale quotidiane* (pp. 7–124). Napoli: Guida Editori.
- Castells, M. (2009). *Communication Power*. Oxford: Oxford University Press.
- Chadwick, A. (2013). *The Hybrid Media System: Politics and Power*. New York: Oxford University Press, USA.
- Cheli, E. (1992). *La realtà mediata. L'influenza dei mass media tra persuasione e costruzione sociale della realtà*. Milano: Franco Angeli.
- Cohen, S., & Young, J. (1981). *The manufacture of news; social problems, deviance and the mass media. Revised edition*. London: Constable - Sage.
- Cottle, S. (2007). Ethnography and news production: New (s) developments in the field. *Sociology Compass*, 1(1), 1–16.
- Couldry, N. (2003). *Media rituals: a critical approach*. London New York: Routledge.
- Curcio, A. M. (2000). Razzismo e integrazione: pregiudizi e utopie. In M. Zecchini & F. Pompeo (Eds.), *Mass media e socializzazione nel villaggio interculturale* (pp. 59–64). Roma: Il mondo 3.
- Deuze, M., & Witschge, T. (2017). Beyond journalism: Theorizing the transformation of journalism. *Journalism*, 1–17. <https://doi.org/10.1177/1464884916688550>

- Eco, U. (1973). Per una guerriglia semiologica. In *Sette anni di desiderio* (1983rd ed., pp. 290–298). Milano: Bompiani.
- Fracassi, C. (1994). *Sotto la notizia niente. Saggio sull'informazione planetaria*. Roma: Libera Informazione Editrice.
- Fracassi, C. (1996). *Le notizie hanno le gambe corte*. Milano: Rizzoli.
- Garbarino, A. (1985). *Sociologia del giornalismo: professione, organizzazione e produzione di notizie*. Torino: ERI.
- Genette, G. (1969). *Figure 2. La parola letteraria*. Torino: Einaudi.
- Hermida, A. (2010). Twittering the News. *Journalism Practice*, 4(3), 297–308. <https://doi.org/10.1080/17512781003640703>
- Jalbert, P. L. (1999). *Media studies: ethnomethodological approaches*. Lanham Washington, DC: University Press of America; International Institute for Ethnomethodology & Conversation Analysis.
- Jenkins, H., Ford, S., & Green, J. (2013). *Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked Culture*. New York: NYU Press.
- Luther Blissett. (2000). *Totò, Peppino e la guerra psichica: 2.0*. Einaudi.
- Marletti, C. (1983). Falsi giornalistici e costruzione della realtà. *Problemi Dell'informazione*, 2, 203–239.
- Marwick, A., & Lewis, R. (2017). *Media manipulation and disinformation online*. New York: Data & Society Research Institute.
- Mazzotti, M. (2015). Per una sociologia degli algoritmi. *Rassegna Italiana Di Sociologia*, 56(3–4), 465–478. <https://doi.org/10.1423/81801>
- McQuail, D. (1987) *Theories of mass communication*. London: Sage; (1989) *Le comunicazioni di massa*. Bologna: Il Mulino.
- Miconi, A. (2008). Prima o dopo? Premesse ed effetti. Cause e contesti. Ripensare la teoria su opinione pubblica, giornalismo e società. *Problemi dell'informazione*, 143–158. <https://doi.org/10.1445/27244>
- Ortoleva, P. (2009). *Il secolo dei media. Riti, abitudini, mitologie*. Milano: Il Saggiatore.
- Savarese, R. (1983). *La verità dei giornali: studi sulle strategie dell'informazione in Italia*. Napoli: Guida.
- Shoemaker, P. J., & Reese, S. D. (2014). *Mediating the message in the 21st century: a media Sociology perspective* (Third edition). New York: Routledge/Taylor & Francis Group.
- Sorice, M. (1995). Dall'evento al testo. In G. Faustini (Ed.), *Le tecniche del linguaggio giornalistico* (pp. 53–115). Roma: Nuova Italia Scientifica.
- Sorrentino, C. (1995). *I percorsi della notizia. La stampa quotidiana italiana tra politica e mercato*. Bologna: Baskerville.
- Spector, M., & Kitsuse, J. I. (2001). *Constructing Social Problems*. New Brunswick, NJ: Transaction Publishers.
- Stonbely, S. (2015). The Social and Intellectual Contexts of the U.S. “Newsroom Studies,” and the Media Sociology of Today. *Journalism Studies*, 16(2), 259–274. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2013.859865>

- Tonello, F. (2017, January 14). Per una sociologia della bufala. Retrieved 5 June 2017, from <https://www.alfabeta2.it/2017/01/14/sociologia-della-bufala/>
- Tuchman, G. (1978). *Making news: a study in the construction of reality*. New York: Free Press.
- Van der Haak, B., Parks, M., & Castells, M. (2012). The future of journalism: Networked journalism. *International Journal of Communication*, 6, 16.
- van Dijck, J., & Poell, T. (2013). Understanding Social Media Logic. *Media and Communication*, 1(1), 2–14.
- Wardle, C. (2017). Fake news. It's complicated. First Draft

## La dialettica dell'immagine terroristica: Baudrillard contro Baudrillard\*

Antonio Tramontana\*\*  
Università degli Studi di Messina

Starting from Baudrillard's *The Spirit of Terrorism*, the aim of this paper is to understand the nature of the power of the 9/11 Attack. According to Baudrillard this power is based on the terrorist ability to combine the modern resources with a highly symbolic weapon (their death). Thus, "the white magic of the cinema and the black light of terrorism" are unified into a unique image. This cohabitation is the heart of the Baudrillard's analysis on terroristic image. Through Benjamin's "Dialectical Image", I will analyze three terroristic images (the collapse of the World Trade Center, the destruction of Mosul Museum artifacts by ISIS, and the *Charlie Hebdo* shooting) with the purpose to focus on a new social form of experience.

**Keywords:** Baudrillard, Simulacro, Scambio simbolico, Benjamin, Immagine dialettica.

Poco meno di due mesi dopo l'attacco alle Torri Gemelle, ne *Lo spirito del terrorismo*, Jean Baudrillard, attraverso una disamina profonda del fenomeno terroristico, invitava a ricercare le ragioni di quella crisi tra le pieghe della mondializzazione. L'evento, infatti, riuniva attorno a sé tanto chi ha organizzato e compiuto l'attacco quanto chi lo ha contemplato – e se da una parte vi era l'inconfessabile complicità di tutti noi nel contemplare il crollo del simbolo della potenza mondiale (2002a, p. 8), dall'altra si assisteva alla rivolta, da parte dei terroristi, contro la formazione di un unico ordine mondiale (p. 11). L'idea, qui, è che queste due prospettive differenti, in quanto parti di un'unica condizione epocale, sono coinvolte in *un'unica forma sociale dell'esperienza*.

Franco Berardi ha definito l'intervento di Baudrillard come la cosa "più bella, la più sincera, la più intelligente" (Berardi, 2002, p. 70) scritta a proposito dell'attacco dell'11 settembre, aggiungendo anche che quanto sostenuto nel saggio costituiva una "fulgida evidenza" di quanto scritto ne *Lo scambio simbolico e la morte*. Effettivamente due questioni appaiono affini tra il libro del 1976 e il saggio del 2002: Il simulacro e lo scambio simbolico; ed è alla luce di questi due concetti che prende vita l'analisi sullo spirito terroristico.

Tuttavia tra il saggio e il libro si presenta uno scarto sul quale si erge la possibilità di penetrare il potere racchiuso nell'immagine delle due torri al centro dell'analisi baudrillardiana. In ciò che Baudrillard stesso definì come la "madre di tutti gli eventi"

---

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

\*\* Email: tramontanaantonio@gmail.com

(2002a, p. 7) vi è il sospetto che vi sia un potere di cui egli stesso non tratta fino in fondo: un'eccedenza – per usare un termine a lui caro – contenuta nelle sue argomentazioni che forse occorrerebbe analizzare. Al fine di comprendere la natura di questo potere intrappolato nell'immagine, nella prima parte verrà ripercorsa l'analisi di Baudrillard sul fenomeno terroristico. Nella seconda parte, invece, verrà messa al centro l'eccedenza teorica presente ne *Lo spirito del terrorismo* e affrontata alla luce della nozione di immagine dialettica di Benjamin. Infine verrà condotta l'analisi su alcune immagini significative del fenomeno terroristico.

## Lo spirito del terrorismo

Dell'evento accaduto l'11 settembre, per Baudrillard, “conserviamo al di là di tutto la visione delle immagini” (2002a, p. 18). Il rapporto con l'immagine è dunque un momento fondativo dell'esperienza fatta con l'evento: “esse sono, che lo si voglia o no, la nostra scena primitiva” (p. 18). Complici di questa condizione sono certamente i media che, con la loro riproposizione della scena in questione, hanno reso celebre l'immagine di quell'attacco. Ma per Baudrillard, tra l'effettivo attentato compiuto a Manhattan e l'immagine riproposta ossessivamente e consumata potenzialmente su tutto il territorio mondiale non vi è uno scarto temporale. Quanto è stato compiuto non precede quanto è stato trasmesso. L'immagine delle torri, con cui abbiamo fatto esperienza dell'evento, non è una rappresentazione del reale. Al punto che “ciò che bisogna mettere in dubbio, in modo radicale, è il principio di una referenza dell'immagine, (...) di riprodurre qualcosa che le sarebbe logicamente e cronologicamente anteriore” (2016, p. 58). L'immagine costituisce un momento fondativo della nostra esperienza culturale al punto da invertire la successione logica e causale con il reale (p. 58).

L'immagine, dunque, è un momento tipico della vita collettiva tanto da “contaminare il reale e modellizzarlo” (p. 59). Tra quanto accaduto a New York quel giorno e le tante immagini dell'evento – riprese da tutte le angolazioni possibili e da tutte le prospettive a disposizione – non vi è per Baudrillard una dialettica. Piuttosto si dovrebbe parlare di implosione del reale e dell'immagine e di un'egemonia di quest'ultima rispetto alla nostra esperienza. L'immagine delle Torri fumanti ha pertanto imposto la propria logica sull'evento prendendolo in ostaggio (p. 60) e se l'11 Settembre è divenuto un evento lo si deve all'esperienza fatta con l'immagine: essa “consuma l'evento, nel senso in cui l'assorbe e lo dispone al consumo. E se lo dota di un impatto inedito fino a ora, lo fa in quanto immagine-evento” (2002a, p. 19).

In quanto immagine-evento, quella dell'11 Settembre ha in sé una forza capace di superare la stessa finzione cinematografica. Questo grado di contorsione dell'esperienza viene stabilito dall'immagine-evento, che s'impone alla visione con un carico di energia assorbita dalla finzione (p. 19). L'evento di cui abbiamo fatto esperienza è dunque un momento che, per quanto generato proprio grazie alla complicità dei media, si presenta rispetto al reale più naturale e più spontaneo (Codeluppi, 2017, p. 12).

Nel lessico baudrillardiano un evento di questo genere è un tratto tipico dello stato di cose “iperreali”, ossia un “prodotto di sintesi che s’irraggia da modelli combinatori in un iperspazio senza atmosfera” (Baudrillard, 2009, pp. 60-61). Uno spazio quotidiano costituito dal gioco combinatorio di segni disincarnati che giocano tra loro e si sostituiscono liberamente. Tale condizione si manifesta, ad esempio, con le ali delle automobili americane – in quanto segni, esse potevano considerarsi rubate agli areoplani, allo squalo o agli uccelli (Baudrillard, 1968, p. 75); oppure con l’11 Settembre, in cui è stato possibile mettere insieme un aereo di linea, le Twin Towers a Manhattan, dei piloti *jihadisti* e i detriti che si cospargono per le strade della grande mela. In definitiva, si tratta di uno spazio aleatorio che s’impone all’esperienza e in cui singoli segni si combinano tra loro. Nello spazio della simulazione, in cui “tutti i segni si scambiano ormai tra di loro senza scambiarsi più con qualcosa di reale (Baudrillard, 1976, p. 18), l’immagine, in quanto simulacro della realtà, s’impone come sintesi di questa condizione: in essa l’evento si cristallizza e la collettività la divora.

Eppure, nonostante il processo di “scrittura automatica del mondo” (Baudrillard, 1995, p. 31), l’immagine delle torri colpite da un aereo sembra ergersi sulle altre, sembra contenere cioè un potere capace di piegare il piatto panorama del consumo mediale. Per Baudrillard tale potere risiede nel fatto che i terroristi “hanno messo in gioco la propria morte in maniera offensiva ed efficace” (2002a, p. 13) all’interno di un universo di segni retto da un simulacro in cui “i morti cessano di esistere” (1995, p. 139). Essi hanno dunque fatto “della propria morte un’arma assoluta contro un sistema che vive dell’esclusione della morte” (2002a, p. 13).

La morte cristallizzata nell’immagine-evento non è una morte come le altre, una morte cioè riprodotta quotidianamente (e per questo anestetizzata) attraverso un’infinita selva di contenuti culturali. Quella dei terroristi differisce dalla morte ordinaria e quotidiana che s’impone con l’ordine dei simulacri (Baudrillard, 1976, p. 161). È una morte con una valenza – e si potrebbe osare dire con una natura – differente. Ad avvolgere il piatto panorama simulacrale è “l’irruzione di una morte ben più reale: simbolica e sacrificale” (2002a, p. 14) – ed è proprio l’irruzione di questo tipo di morte a caratterizzare *Lo Spirito del terrorismo* (p. 14).

L’azione esercitata dallo spirito del terrorismo risponde a condizioni differenti da quelle imposte dall’ordine mondiale. Essa non entra nel terreno del rapporto di forze – nel quale i terroristi sarebbero chiaramente perdenti. La natura sacrificale dei terroristi trasferisce il piano di confronto sul terreno del simbolico e questo rivolgimento di termini destabilizza l’universo valoriale dell’Occidente (Vagnarelli, 2014, p. 86). Quando Baudrillard dice che “non si tratta di un contratto di lavoro” (2002a, p. 16), come per i soldati degli eserciti occidentali, “ma di un patto sacrificale” (p. 16), egli ha chiaramente in mente il vero campo d’azione dei terroristi. Il sacrificio della vita dei piloti del Boeing 767 non è un calcolo razionale (ed è nella misura in cui applichiamo le categorie dell’economia politica che quell’atto appare folle e insensato). Il valore che spinge i terroristi a sacrificare la propria vita non è di tipo commerciale – un valore cioè unidirezionale incentrato sull’impossibilità di rendere reversibile la vita e la morte (Baudrillard, 2000, p. 12). Si tratta piuttosto di agire secondo le dinamiche imposte dallo scambio simbolico, una sfera che annienta l’ordine

razionale, e in cui i poli (vita e morte) “confluiscono verso una zona che si potrebbe definire oscura” (p. 12). Nella misura in cui il suicidio appartiene all’universo simbolico, esso appare come un atto capace di rendere reversibile la vita e la morte. Solo l’universo simbolico apre uno squarcio nella dicotomia tra la vita e la morte e solo così essi possono scambiarsi tra loro liberamente (Pawlett, 2010, p. 63). In quanto simbolico, per Baudrillard, il suicidio è “l’utopia che mette fine alle topiche (...) della nascita e della morte” (1976, p. 146) e, quando la morte simbolica entra in scena in un sistema che si erge sull’atrofia dello scambio simbolico, per Baudrillard non c’è che da attendere – per via di una incapacità intrinseca – la fine del sistema stesso.

Nessuna trattativa dunque è possibile e nessuna discorsività può essere messa in scena per confrontarsi con il terrorismo (Carmagnola, 2002, pp. 67-68). L’impossibilità di mettere in campo le armi del sistema, ossia instaurare un negoziato (Baudrillard, 1976, p. 53), è l’effetto del potere racchiuso nello scambio simbolico, il quale “ignora qualsiasi calcolo” (p. 53). Questa condizione di destabilizzazione derivante dall’imposizione di un campo di battaglia totalmente estraneo all’Occidente comporta tanto lo smarrimento quanto il fallimento del sistema (p. 53). L’unica strada che rimane è accettare la sfida, sottoporsi al duello e, dunque, suicidarsi. All’iperrealismo del codice non è concessa la possibilità dello scontro dialettico (1995, pp. 70-74) e sottomettersi alle condizioni imposte dallo scambio simbolico significa inevitabilmente accettare la catastrofe (1976, p. 14).

## **Baudrillard contro Baudrillard**

Due questioni si combinano nell’analisi di Baudrillard sull’attacco terroristico dell’11 Settembre: il simulacro e lo scambio simbolico. E questi due elementi, compresenti nella sua analisi, sembrano rispondere a due tendenze differenti contrapposte tra loro. Il simulacro, ossia la tendenza a rendere tutto omogeneo, è una forza livellatrice il cui andamento è estensivo. L’irruzione dello scambio simbolico, ossia la tendenza a differenziarsi rispetto alla mondializzazione, si impone invece come singolarità e si contrappone alla prima per via del suo andamento intensivo. All’indifferenza dello scambio tra segni si contrappone la singolarità del sacrificio (Baudrillard, 2002a, p. 10). Nel simulacro, che tiene in piedi l’Occidente mondializzato, irrompe la sfida racchiusa nel sacrificio e la sua guerra frammentaria (Gane, 2010, p. 81). Quest’ultima, sospinta dall’ordine simbolico, sferra un attacco al cuore dello stato di cose iperreali ed entra in profondità dell’esperienza collettiva: si tratta dell’irruzione della singolarità nel vasto panorama della simulazione.

Lo spirito del terrorismo si presenta come possibilità empirica che consente l’osservazione di entrambe le due logiche racchiuse in un unico evento. Poter vedere cioè la sfida simbolica racchiusa nella “forma” sociale del simulacro. Un congelamento di ordini e fattori che certamente non sfugge a Baudrillard. I terroristi infatti “non si limitano a non giocare ad armi pari e a mettere in gioco la propria morte (...). Ma si sono anche

appropriati di tutte le armi della potenza dominante: (...) della modernità e della mondializzazione hanno assimilato tutto” (Baudrillard, 2002a, p. 15).

Ciò a cui siamo costretti ad assistere oggi è condizione del tutto inedita: la possibilità di contenere il potere della tecnica e di rilanciarlo sul piano simbolico; ed è appunto a partire da questa condizione che si riuniscono elementi che, da soli, non avrebbero sconvolto il mondo così profondamente come hanno fatto con l'11 Settembre. Non si tratta di sola tecnica associata allo spettacolo – come nel caso della “guerra pulita” (p. 16) – o di un semplice atto sacrificale – come nel caso degli attentatori suicidi palestinesi (pp. 15-16). Entrambe le dimensioni sono racchiuse in una sola forma sociale dell'esperienza: l'esperienza della dialettica dei fattori contrapposti.

Occorre dunque tener presente la compresenza di questi due elementi nell'immagine-evento. Quando Baudrillard dice che “in questa catastrofe di Manhattan si coniugano al più alto livello i due elementi di fascinazione di massa del XX secolo: la magia bianca del cinema e la magia nera del terrorismo. La luce bianca dell'immagine e la luce nera del terrore” (2002a, p. 20); proprio qui occorre prenderlo sul serio. Tale compresenza ammessa nel saggio del 2002 è il fattore che lo differenzia da *Lo scambio simbolico* – in cui negava qualsiasi dialettica. Di tale compresenza – presente nel Baudrillard che analizza il crollo delle Torri gemelle – manca una dimensione analitica. E dunque, come fece con Mauss, Freud e Saussure (1976, p. 12), occorre usare Baudrillard contro Baudrillard. Occorre spingere al massimo la sua prospettiva e avanzare rispetto al suo stesso terreno dal momento che l'esperienza di tali immagini non è certo finita con l'11 Settembre. Basti pensare al ruolo spettacolare giocato dall'ISIS nella rivendicazione di attentati che hanno segnato il nostro immaginario collettivo con la nuova ondata del terrorismo, per seguire la strada di Baudrillard e prendere di petto il fenomeno della compresenza dialettica.

Si tratta pertanto di analizzare la forza che si cela nell'immagine-evento capace di contenere tanto la luce bianca quanto quella nera, al punto da essere un gioco di luci, in cui il potere della tecnica illumina quello del terrore e, viceversa, quest'ultima rende profonda l'emanazione della prima nell'istante in cui appare.

Ma come possono coesistere le due magie in un unico istante? Come la luce della ragione (Occidentale) è la metà del fenomeno a cui occorre il suo sonno (il terrorismo) per completare il campo di azione dell'immagine-evento? Walter Benjamin, nell'indagare la preistoria della modernità, prese in esame una serie di frammenti con lo scopo di riunirli in un unico mosaico. Come per il *Dramma barocco*, si trattava di riunire, attraverso l'elaborazione micrologica, “la capricciosa varietà delle singole tessere” (1974a, p. 4) attorno all'origine della civiltà capitalistica. E così che nell'articolato volume mai compiuto sui *passages* parigini sono disseminate una serie di immagini animate dall'“energica tendenza a distanziarsi dall'invecchiato – e cioè al passato più recente”, rimandando “la fantasia (...) al passato antichissimo” (1982, p. 6). La modernità appariva a Benjamin come un'epoca capace di citare “sempre la storia originaria” (p. 14). Ognuno di questi frammenti costituiva la fitta trama di immagini “in cui ciò in cui quel che è stato si unisce fulmineamente con l'ora in una costellazione” (p. 516). Tale unione fulminea contenuta in un frammento viene definita dallo stesso Benjamin un'“immagine dialettica” e in quanto

tale vengono considerati i *passages*: essi “sono casa come sono strade” (p. 14). La prostituta, d'altra parte “è insieme venditrice e merce” (p. 14). Oppure la merce che “in quanto feticcio [è quell']unità in cui si cancella la differenza tra il suo valore d'uso e quello di scambio” (Desideri e Baldi, 2010, p. 112).

Se l'intento era quello di mettere insieme le immagini dialettiche allo scopo di dar vita a una costellazione coerente al fine di annunciare la via attraverso la quale il capitalismo “dette vita a una riattivazione di forze mitiche” (1982, p. 436); ognuna di queste immagini costituiva per Benjamin “un campo di forze” (p. 527) attorno a cui si articolava “una dialettica in posizione di arresto” (p. 518). Questo genere di immagine andava “cercata là dove la tensione tra gli opposti dialettici è al massimo” (1982, p. 534), avendo cura di non confondere la natura immaginale della compresenza racchiusa dall'immagine con quella temporale (p. 518).

Dal momento che per Benjamin “solo l'osservatore superficiale può negare che tra il mondo della tecnica e l'arcaico universo simbolico della mitologia giochino delle corrispondenze” (p. 516); occorre qui utilizzare il suo concetto di immagine dialettica per analizzare la natura immaginale della compresenza delle due magie che si articolano nelle immagini-evento prodotte dal terrorismo. Sia che si tratti dell'attentato compiuto da Al Qaeda o quelli attuali rivendicati dall'ISIS; sia il crollo delle torri gemelle o l'attacco ai danni della redazione di un giornale satirico; per quanto differenti tra loro, questi frammenti costituiscono il materiale riunito attorno ad una stessa condizione dell'apparire – e dunque del percepire (la compresenza delle due magie). Tale compresenza dialettica è una condensazione energetica riunita attorno a un campo di forze che si erge al di sopra della visione di immagini di cui si compone il simulacro baudrillardiano e dove la tensione di elementi dialettici, percepiti nella loro posizione di arresto, è massima.

L'irruzione di queste due tendenze tra loro contrarie, sospinte cioè da forze tra loro opposte – estensiva ed intensiva –, esplose nella manifestazione del frammento senza approdare mai sul terreno della temporalità lineare (Agamben, 1978, p. 131). Il moderno della tecnica, che spinge in avanti, non si contrappone a quello del terrore che gli si oppone. Non si tratta dunque di una manifestazione del passato che spinge la forza del progresso verso l'indietro. Se proprio ci deve essere un conflitto tra le due forze allora il terreno dello scontro è quello immaginale: si tratta “di una resurrezione ottica della dialettica” (Desideri e Baldi, 2010, p. 121) in cui le parti che compongono l'immagine volteggiano e s'intrecciano lungo la dimensione simbolicamente espressiva. L'immagine-evento è dunque la manifestazione di una forza che trae la sua potenza dalla compresenza dialettica di elementi opposti tra loro e che esercita un'azione all'interno del nostro ambiente collettivo.

## La dialettica dell'immagine terroristica

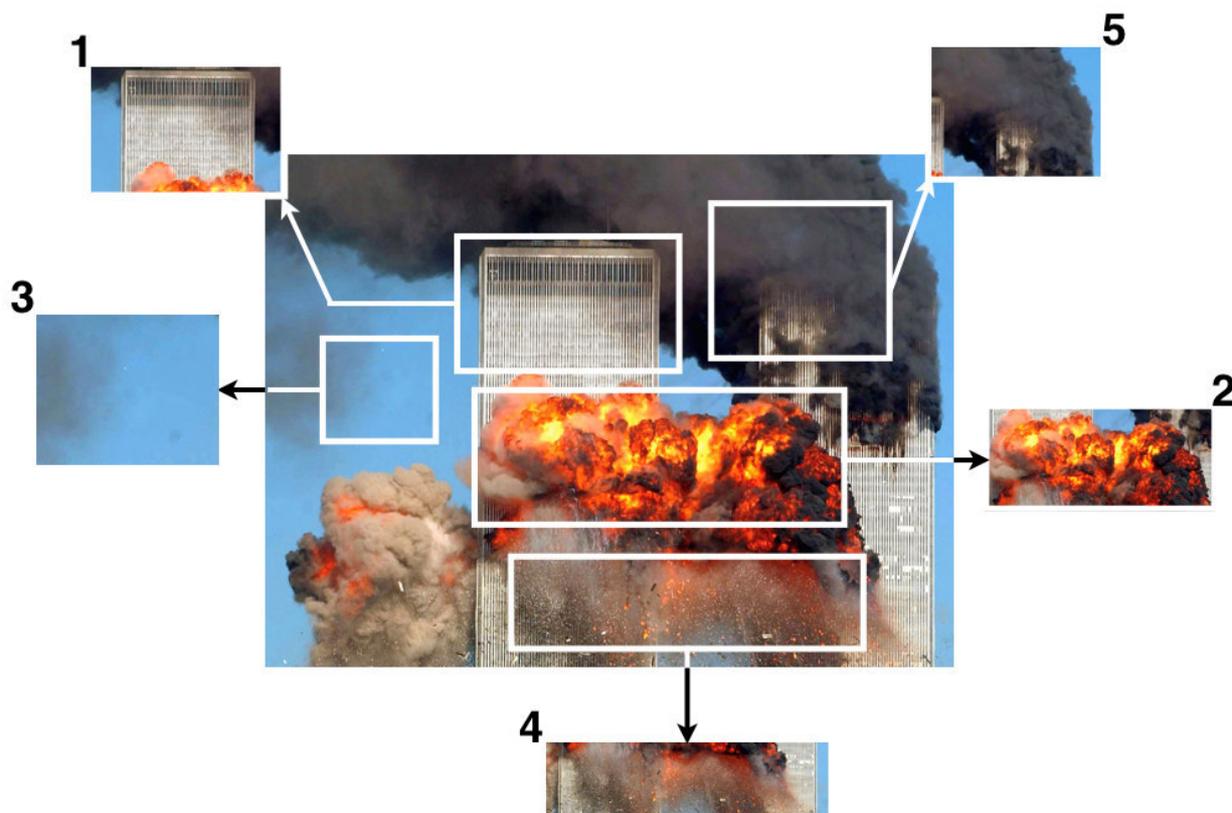
A questo punto è necessario passare in rassegna alcune immagini-evento. Ognuna di essa, nell'essere frammento, costituisce il tassello di un'ampia costellazione. Pur nella loro

differente distribuzione temporale, la presenza di due elementi dialetticamente contrapposti le rende parti di un'unica esperienza di massa. Inoltre, pur potendo essere tante le immagini con cui comporre la costellazione, l'economia del discorso impone di analizzarne solo alcune tra quelle che più di altre hanno egemonizzato la nostra memoria collettiva. Infine, allo scopo di dare continuità con le argomentazioni contenute ne *Lo spirito del terrorismo*, di tutte le immagini possibili, si è scelto di restringere il campo a quelle legate al variegato universo *jihadista* che si sono imposte nel panorama massmediale occidentale. Le immagini-evento che saranno oggetto dell'analisi sono: il crollo delle Twin Towers, la distruzione di opere del patrimonio archeologico da parte dell'ISIS e quelle legate all'attentato della redazione di Charlie Hebdo.<sup>1</sup>



In ognuna di queste immagini si compenetrano le due magie di cui parla Baudrillard ed è a partire da questa compresenza che si impongono all'attenzione di chi ne fruisce come un unico campo di forze. La tecnica e la sfida simbolica si contorcono e si rafforzano sul terreno immaginale e, pertanto, possono essere reconsiderati in un'unica matrice di senso.

La prima di queste immagini è "La madre di tutti gli eventi" (Baudrillard, 2002a, p. 7), l'ormai noto crollo delle Torri Gemelle.



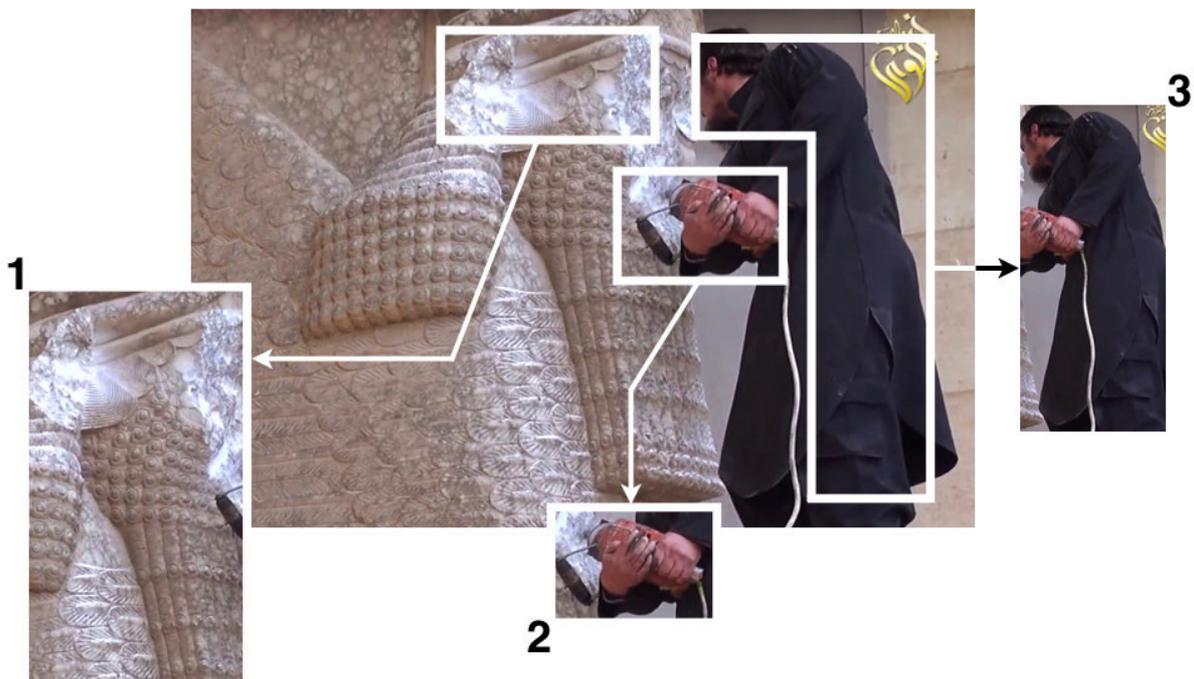
La magia bianca qui è incarnata innanzitutto dalle torri stesse (particolare 1). Agli occhi dello stesso Baudrillard, esse sono state la rivelazione di un capitalismo non più produttivo di alcun genere di senso ma fondato, piuttosto, sulla riproduzione infinita di segni, senza concorrenza tra di essi (1976, p. 82). I “due parallelepipedi perfetti di 400 metri d’altezza su base quadrata” sono “vasi comunicanti perfettamente equilibrati e ciechi” e, con la loro erezione binaria, manifestano “il prestigio della similitudine” (p. 83). La loro gemellarità, infatti, incarna la purezza del segno sganciato da qualsiasi referente, dal momento che “è il raddoppiamento del segno a mettere fine a ciò che esso designa” (p. 83).

Il gioco di rimandi tra segni che si irradia lungo le procedure che si svolgono negli uffici organizzati simmetricamente e si distribuiscono lungo tutta l’elevazione modulare di acciaio e cemento; tutta l’incarnazione della condizione iperreale viene interrotta dal fuoco che si propaga dopo lo schianto degli aerei (particolare 2). Quella del fuoco è l’imposizione di una nuova temporalità percepita come uno *choc*. Nell’essere simbolo del rito di passaggio (Le Goff, 1981, pp. 11-12), dal momento che esso è uno strumento di fusione (Edsman, 1986, p. 270), il fuoco tiene insieme, nel senso del frammento eracliteo: “tutte le cose si scambiano con il fuoco e il fuoco con tutte” (trans. 2013, p. 125). Nel momento in cui si propaga, esso unisce l’andamento ipertrofico delle procedure che si svolgono dentro le torri con quella del disastro.

Il fuoco unisce e fonde ma allo stesso tempo segna una demarcazione. Dal momento che la stessa “storia può dividersi in un’epoca che ignorava il fuoco e in un’era successiva in cui quest’ultimo cominciò a venire impiegato (Edsman, 1986, p. 270), allo stesso modo il

fuoco spezza in due l'ergersi del capitalismo e segna il momento in cui un nuovo ordine spettacolare s'impone all'esperienza di massa; momento da cui sorge una nuova forma di terrorismo, che si esibirà di schermo in schermo fino ai giorni nostri. Questa demarcazione frantuma l'elevazione verso il cielo (particolare 3) – verso ciò che simbolizza “la potenza superiore all'uomo” (Chevalier & Gheerbrant, 1969, p. 264) – e instaura una polarizzazione rispetto alla terra a cui sono destinate ora sotto forma di detriti (particolare 4). Come ogni caduta viene considerata “un incidente verificatosi dopo la genesi (...) tale da recare conseguenze che incidono sull'attuale condizione umana” (Ries, 1986, p. 84), l'ordine – prima orientato verso un andamento estensivo e modulatore –, sbriciolandosi, si sottomette alla forza intensiva della morte. Il segno definitivo della transizione caotica, in cui si determina il passaggio da un ordine spettacolare all'altro è costituito dal fumo nero (particolare 5), che completa il quadro e ristabilisce l'unione cosmica tra il cielo e la terra, sventolando il trionfo della nuova condizione.

La seconda immagine, invece, si riferisce alla distruzione del patrimonio archeologico raccolto nel Museo di Mosul da parte dell'ISIS durante l'assedio della città irachena.



Qui la luce bianca si esprime in due elementi differenti: il reperto distrutto (particolare 1) e il martello pneumatico (particolare 2). Le due parti dell'espressione luminosa intrappolate nell'immagine sono “coloriture differenti” della tendenza espansiva. Il reperto, infatti, nell'essere considerato patrimonio dell'umanità, è il feticcio dell'universalismo la cui logica, per Baudrillard, diverge dalla globalizzazione incastonata nel martello elettrico. Se l'universalità, infatti, ha a che fare con i diritti umani, la libertà, la cultura e la democrazia; la globalizzazione “riguarda le tecniche, il mercato, il turismo e l'informazione” (2002b, p. 55). La cultura incapsulata nella possente statua, nell'istante in cui si universalizza, è un

processo “in via di sparizione”. Essa perde la sua particolarità (p. 55), nel senso che, nell’istante in cui la singolarità della statua subisce la metamorfosi dell’universalità, diventa plurale e si disperde tra le tante altre singolarità sparse per il mondo (1995, pp.95-96). La forza della globalizzazione, invece, consiste nell’essere “un processo irreversibile” (2002b, p. 55). Così, per Baudrillard, se l’universalità è una dichiarazione d’intenti, la globalizzazione è un catalogo delle conseguenze (Clarke, 2010, p. 23) qui alimentato dalla forza dell’elettricità che anima il martello pneumatico e che ingloba nella sua operatività l’universalismo.

A partire da questa costitutiva differenza esistente tra l’universalismo e la globalizzazione, la pietra non può opporre alcuna resistenza contro l’elettricità e anzi si potrebbe sostenere con McLuhan che la pietra, sotto l’azione battente, da medium capace di raffigurare il patrimonio dell’umanità, diventa il contenuto di un campo totale di possibilità di applicazioni inaugurato dall’energia elettrica (1964, p. 34). L’ambiente elettrico è un ventaglio di azioni possibili (Mumford, 1934, p. 245) che, nel caso specifico, contiene tanto lo sbriciolamento della pietra quanto, nella misura in cui alimenta la macchina da presa, l’archiviazione dell’immagine e, per estensione, la diffusione per l’intero globo fino ad arrivare alla sua fruizione.

Ma se la luce bianca è un principio che tende alla diffusione spaziale (e in quanto tale s’irradia per il mondo) la tensione dialettica contenuta nel colore nero indossato dal miliziano *jihadista* (particolare 3) è propriamente l’“assenza di ogni colore e di ogni luce. Il nero assorbe la luce e non la restituisce” (Chevalier & Gheerbrant, 1969, p. 125). La forza tonica che preme contro il principio dell’universalismo si oppone alla sua espansione provocando, così, una contrapposizione dialettica: grazie al patto diabolico stretto con la forza della globalizzazione, la magia nera si espande sotto un altro segno. Un universo spettacolare in espansione ma di segno opposto sembra imporsi dunque sulla scena mondiale e l’autoproclamato califfato, attraverso l’uso di tecnologia avanzata nella sfera della comunicazione (Ballardini, 2015), sembra essere l’espressione più tangibile di questa nuova condizione. Tutta la capacità espansiva descritta a proposito dell’energia elettrica subisce una metamorfosi non appena entra in contatto con la magia nera e, nel determinarsi di tale condizione, essa entra nelle viscere della cultura e del patrimonio antropologico con la sua azione distruttiva.

Infine la contraddizione dialettica tra le due magie è espressa nell’immagine che riprende la redazione di Charlie Hebdo dopo l’attentato subito a Parigi nel Gennaio 2015.



Qui la globalizzazione incarnata dai computer (particolare 1) si unisce al susseguirsi della routine quotidiana del lavoro di redazione di una rivista satirica. Il computer è l'incarnazione di principi e procedure che guidano – o forse meglio dire governano – la creazione di contenuti e anzi impone una determinata postura al creatore (particolare 2). Alla rigidità del percorso fatto con il carrello portapacchi e ai movimenti monotoni fatti con le ruote della sedia da ufficio (particolare 2) si contrappone la distribuzione di oggetti sulla scrivania (particolare 3) – probabilmente frutto dell'irruzione improvvisa da parte del gruppo omicida. Essi sono infatti disposti caoticamente e, dal momento che proprio il caos è "intrinsecamente collegato alla natura trasformativa dell'esistenza fenomenica e culturale" (Girardot, 1986, p. 104), la composizione adagiata sul tavolo di lavoro è segno di una nuova condizione messa in campo. Quell'ordine interrotto e distribuito sul tavolo di lavoro è un cuscinetto che si frappone rispetto alla magia nera del sangue (particolare 4). La scia rossa è quel nuovo ordine che sul pavimento ricolloca tutta la sequenza che invece sul tavolo si lasciava andare a una scioccante manifestazione; ed entro questo nuovo regime di senso che l'immagine, nel suo complesso, annuncia la nuova dimensione spettacolare. Pertanto, così come con il sangue si può stringere un patto (Roux, 1986, p. 546) e legare a sé due elementi differenti, con esso si può, allo stesso tempo, creare un legame nuovo tra le parti provenienti dall'ordinarietà quotidiana destinati ora alla collocazione caotica; ed è proprio il sangue che simbolicamente troneggia come nuovo collante capace di rilegare attorno a sé tanto la sfida simbolica quanto la potenza dell'immagine e rende così "tutti" schiavi – attori e spettatori – di una forma sociale dell'esperienza.

Dopo una parabola teorica iniziata almeno con *Lo scambio simbolico*, l'analisi di Baudrillard sullo *Spirito del terrorismo* ci restituisce una complessità della vita che, a partire dall'esperienza delle immagini, si dipana fino a toccare le radici della mondializzazione. In questo quadro, il fenomeno terroristico rappresenta lo specchio di

tale ricchezza. Le conclusioni tuttavia lo portano a uno stadio del tutto nuovo rispetto al libro del 1976, invitandoci a pensare l'atto cruento dell'attacco terroristico come un'unica condizione dell'apparire in cui si riuniscono, sotto forma di compresenza dialettica, due tendenze opposte: l'ordine simulacrale dei segni – e la loro capacità, che deriva dalla loro leggerezza, di convertirsi tra di loro – e quello dello scambio simbolico – che proprio per via della comparsa tragica della morte si contrappone come singolarità e in quanto tale interrompe il regolare flusso e consumo quotidiano delle immagini.

Dal momento che la compenetrazione di questi due ordini è di natura dialettica, essi si presentano riuniti in una sola immagine capace di imporsi come unica condizione dell'esperienza. Tale riunione non riguarda solo i contenuti dell'immagine: si tratta di accomunare tanto chi fruisce l'evento quanto chi compie l'attacco. Proprio questa compresenza dialettica scaraventa la vita sociale su un piano del tutto nuovo dell'esistenza.

Un piano della riunione, quella dell'immagine terroristica, ma anche della metamorfosi: assestamento tettonico che con squilibri, lacerazioni e caotici movimenti degli elementi che su di essa si dispongono, si ricollocano attorno a nuovi ripiani. Infatti, l'esperienza con queste immagini tocca inesorabilmente una dimensione profonda della cultura mondiale. L'ampia portata di questa nuova condizione dell'esperienza, definita propriamente da Baudrillard come "terrorismo dello spettacolo" (2002a, p. 20), può essere colta solo se si considera, con Benjamin, il vero piano su cui esercita gli effetti: quello immaginale. È qui che i simboli si richiamano fino a saturarsi in un unico frammento ed è il terreno immaginale che, attraverso la saturazione di ordini contrapposti, conferisce all'evento terroristico un potere inedito che avvolge l'immagine. Così come il capitalismo è riuscito, a partire dalla modernità, ad avvolgere la tecnica con un universo simbolico arcaico, oggi nell'immagine terroristica si coniugano i mezzi moderni della tecnica (da cui discende la simulazione) con un'arma simbolica altamente letale: la morte.

L'acciaio e il cemento che ne determinano la struttura simmetrica delle torri gemelle, gli aerei di linea, reperti appartenenti al patrimonio archeologico internazionale, il martello pneumatico, il computer, la sedia da ufficio, un carrello portapacchi; tutti elementi che si combinano dialetticamente con lo schianto delle torri, il fuoco, i detriti, la tuta nera del miliziano dell'ISIS, il sangue cosperso per la stanza. Serie complessa di segni, dunque, affrontata qui, in parte, analiticamente e che riporta la questione teorica, accennata attraverso Baudrillard e Benjamin, su un materiale empirico con cui quasi quotidianamente facciamo esperienza. Un materiale in cui luce bianca e luce nera si combinano, tecnica e scambio simbolico si ritrovano accerchiati dai confini dell'immagine. Segni liberi e simboli profondi rivelano una trasformazione epocale. Un materiale, dunque, che s'impone come nuova forma dell'esperienza e attraverso cui assistiamo, inermi, a un mondo tecnico reincantato dal simbolico, e il cui destino sospinge il mondo in un vortice la cui forza e durata è difficile da prevedere.

## Nota biografica

Antonio Tramontana è Phd in *Antropologia e studi storico-linguistici* presso L'Università degli Studi di Messina. È coordinatore della redazione *Im@go. A Journal of The social Imaginary* e membro del *Centro di Ricerca sull'Immaginario Mediale*. Si occupa delle forme espressive dell'immaginario, con particolare riferimento al mutamento sociale, alla questione del corpo e alla relazione con le nuove tecnologie. Tra le più recenti pubblicazioni: *Oggetti e disagio moderno della tecnica nell'antropologia filosofica di Arnold Gehlen*, *Im@go* (2016); *L'uomo e gli oggetti. Una prospettiva morfologica per lo studio dell'immaginario*, in *Origini, immaginari, etiche*, (Corisco, Roma, 2015).

## Bibliografia

- Agamben, G. (1978). *Infanzia e storia. Distruzione dell'esperienza e origine della storia*. Torino: Einaudi, 2001.
- Ballardini, B. (2015). *ISIS®. Il marketing dell'Apocalisse*. Milano: Baldini&Castoldi.
- Benjamin, W. (1974a). *Ursprung des deutschen Trauerspiels*. Frankfurt am Main: Suhrkamp; trad. it. (1999) *Il dramma barocco tedesco*. Torino: Einaudi.
- Benjamin, W. (1974b). *Über den Begriff der Geschichte*. Frankfurt am Main: Suhrkamp; trad. it. (1997) *Sul concetto di storia*. Torino: Einaudi.
- Benjamin, W. (1982). *Das Passagenwerk*. Frankfurt am Main: Suhrkamp; trad. it. (2002) *«pasages di Parigi*. Torino, Einaudi.
- Baudrillard, J. (1968). *Le système des objets*. Paris: Gallimard; trad. it. (2007) *Il sistema degli oggetti*. Bologna: Bompiani.
- Baudrillard, J. (1976). *L'échange symbolique et la mort*. Paris, Gallimard; trad. it. (2007) *Lo scambio simbolico e la morte*. Milano: Feltrinelli.
- Baudrillard, J. (1995). *Le crime parfait*. Paris: Galilée; trad. it. (1996) *Il delitto perfetto*. Milano: Raffaello Cortina.
- Baudrillard, J. (2000). *Mots de passe*. Paris: Pauvert; trad. it. (2013) *Parole chiave*, Roma: Armando.
- Baudrillard, J. (2002a). *L'esprit du terrorisme*. Paris: Galilée; trad. it. (2002) in *La guerra dei mondi* (pp. 7-22). Roma: DeriveApprodi.
- Baudrillard, J. (2002b). *Power Inferno*. Paris: Galilée; trad. it. (2003) *Power inferno*. Milan: Raffaello Cortina.
- Baudrillard, J. (2009). *Simulacri e impostura*. Milano: Pgreco.
- Baudrillard, J. (2016). Utopia delle immagini, atopia del reale. *Kasparhauser*, 14, pp. 58-66.
- Berardi (Bifo), F. (2002). *Due civiltà ripugnanti che si fanno la guerra*. in *La guerra dei mondi*. Roma: DeriveApprodi, pp. 63-98.
- Carmagnola, F. (2002). *La triste scienza. Il simbolico, l'immaginario, la crisi del reale*. Roma: Meltemi.
- Chevalier, J., & Gheerbrant, A. (1969). *Dictionnaire des symboles*. Paris: Jupiter; trad. it. (1997) *Il dizionario dei simboli*. Milano: Rizzoli.

- Clarke, D. B. (2010). *Universality*. In Smith R. G. (Ed.), *The Baudrillard Dictionary*. Edinburgh: Edingurgh University Press.
- Codeluppi, V. (2017). Baudrillard, il terrorismo e i media. In Baudrillard, J., *Pornografia del terrorismo* (pp. 7-30). Milano: FrancoAngeli.
- Desideri, F., e Baldi M. (2010). *Benjamin*. Roma: Carocci.
- Edsman, C. M. (1986). *Fuoco*. In Eliade, M. (Ed.), *The Encyclopedia of Religion (Vol. IV)*. New York: Macmillan; trad. it. (1997) *Il pensiero. Concezioni e simboli* (pp. 270-277). Milano: JacaBook.
- Gane, M. (2010). *Fragments*. In Smith R. G. (Ed.), *The Baudrillard Dictionary*. Edinburgh: Edingurgh University Press.
- Girardot, N. J. (1986). *Caduta*. In Eliade, M. (Ed.), *The Encyclopedia of Religion (Vol. IV)*. New York: Macmillan; trad. it. (1997) *Il pensiero. Concezioni e simboli* (pp. 103-108). Milano: JacaBook.
- Le Goff, J. (1981). *La naissance du Purgatoire*. Paris: Gallimard; trad. it. (1996) *La nascita del purgatorio*. Torino: Einaudi.
- McLuhan, M. (1964). *Understanding Media. The Extensions of Man*. London: Routledge & Kegan Paul; trad. it. (1967) *Capire i media. Gli strumenti del comunicare*. Milano: Il Saggiatore.
- Mumford, L. (1934). *Technics and Civilization*. San Diego: Harcourt; trad. it. (2005) *Tecnica e cultura*. Milano: Il Saggiatore.
- Pawlett, W. (2010). *Death*. In Smith R. G. (Ed.), *The Baudrillard Dictionary*. Edinburgh: Edingurgh University Press.
- Ries, J. (1986). *Caduta*. In Eliade, M. (Ed.), *The Encyclopedia of Religion (Vol. IV)*. New York: Macmillan; trad. it. (1997) *Il pensiero. Concezioni e simboli* (pp. 84-96). Milano: JacaBook.
- Roux, J. P. (1986). *Sangue*. In Eliade, M. (Ed.), *The Encyclopedia of Religion (Vol. IV)*. New York: Macmillan; trad. it. (1997) *Il pensiero. Concezioni e simboli* (pp. 545-547). Milano: JacaBook.
- Vagnarelli, G. (2014). Scomparsa del reale e agonia del potere. *Metàbasis*, 18, 79-93. DOI: 10.7413/18281567050.

## Note

<sup>1</sup> La prima immagine è tratta da <https://www.rt.com/usa/terrorism-clarke-911-tenet-249/> (consultato il 15 Febbraio 2017). La seconda, invece, è tratta da [http://www.lemonde.fr/idees/article/2015/03/11/en-irak-un-crime-contre-l-histoire-de-l-humanite\\_4591336\\_3232.html](http://www.lemonde.fr/idees/article/2015/03/11/en-irak-un-crime-contre-l-histoire-de-l-humanite_4591336_3232.html) (consultato il 19 Febbraio 2017). L'ultima è tratta da <http://espresso.repubblica.it/foto/2015/01/16/galleria/charlie-hebdo-il-prezzo-della-liberta-1.195347#1> (consultato il 10 Maggio 2017).

## La pornografia dell'antiterrorismo: la retorica dello scontro di civiltà nella rappresentazione degli attentati di Parigi\*

Vincenzo Romania\*\*

Università degli Studi di Padova

This article compares Baudrillard's theory of media and terrorism and the results of a research conducted on the cultural, ritual and institutional elaboration following the ISIS attacks in Paris (7-9<sup>th</sup> January and 13<sup>th</sup> November 2015).

The empirical basis is constituted by a *frame analysis* conducted on three heterogeneous corpuses of data: the Republican march of January 2015; the presidential speech held by François Hollande in Versailles on 16<sup>th</sup> November 2015; the journalistic representation of the attacks of November 13<sup>th</sup>, on the three main French newspapers (*Le Monde*, *Le Figaro*, *Le Parisien*). The analysis let us understand how, on the French side, the attacks themselves were reframed in terms of a *cultural trauma* (Alexander et al. 2004), through the redefinition of collective memory and the reproduction of a new mythological opposition between Western and Islamic *civilizations* (Huntington, 1993).

The conclusions will briefly discuss how Baudrillard's model could be applied to the considered empirical case and how his theory relates to Durkheimian and neo-Durkheimian sociology.

**Keywords:** terrorism, iperreality, frame analysis, imaginary, globalization.

### Baudrillard e il terrorismo

Secondo Jean Baudrillard la cultura contemporanea è dominata dalle simulazioni, ossia da oggetti e discorsi privi di referente, retroterra e fondamento (Baudrillard 1981). Il mondo dell'iperrealtà è abitato da segni autoreferenziali. In esso non sparisce solo ogni separazione fra immaginario e reale, ma addirittura il primo assorbe il secondo. Nell'epoca della seduzione (Baudrillard 1979), infatti, non vi è possibilità di distacco critico dalla realtà: tutta la sua rappresentazione ci avvolge, ci circonda.

Tale concezione è stata applicata con grande successo all'analisi del terrorismo, in una serie di contributi che attraversano tutta la sua opera: da *All'ombra delle maggioranze silenziose* (Baudrillard, 1978) sino all'intervista, pubblicata postuma, *Pourquoi la guerre aujourd'hui* (Baudrillard e Derrida, 2015). Uno dei suoi punti di forza riguarda la cosiddetta scomparsa dagli eventi. Insieme alla contingenza, all'imprevedibilità dell'accaduto, nell'iperrealtà scompare anche la possibilità di perdersi, di fare esperienza, di scoprire l'inatteso, come nel mito di Serendippo. In un mondo globalizzato, dominato da rappresentazioni mediate, il consumo di senso ha sostituito quello di valore e il terrorismo costituisce uno dei pochi veri eventi di rottura. La morte del terrorista viene infatti a

---

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

\*\* Email: vincenzo.romania@gmail.com

proporsi nello scenario *telemorfico* (Baudrillard 2001a) come morte assoluta, *sacrificio* autogiustificantesi, atto rituale che impedisce a chi lo subisce qualsiasi forma di *scambio simbolico*. La morte del kamikaze e delle sue vittime s'impone allo spazio pubblico, senza possibilità di replica. In tal senso, costituisce una vera e propria rottura del patto sociale e produce – come aveva capito Victor Turner (1967) – un *dramma sociale* che rimette in moto la macchina simbolica della *communitas*.

Rispetto ai durkheimiani e agli antropologi strutturalisti, la visione di Baudrillard è comunque più distopica. La forza simbolica degli attentatori viene infatti associata all'assolutizzazione dei principi valoriali della globalizzazione e alla conseguente fine del sociale. Ciò riguarda tanto l'idea di Bene quanto i meccanismi stessi dello scambio simbolico (Baudrillard, 1976). Il campo della modernità è concepito come campo di individualità interconnesse, solitudini ammassate, esistenze private della contingenza, di esperienze vissute come attraversamento (*erfahrung*) più che come comprensione (*erlebnis*). Le stesse guerre, seguite e costruite dai media, non avvengono ma immanentemente si impongono alla nostra coscienza (Baudrillard, 1991; Baudrillard, Deridda 2015).

Analizzando i fatti dell'11 settembre, Baudrillard definisce l'accaduto come la 'madre' di tutti gli eventi. Dopo la morte di Lady Diana e altre manifestazioni sportive di portata mondiale, la serie di attentati che colpì New York e gli Stati Uniti ha rappresentato il primo evento globale significativo dopo un'età di *eventi deboli*, o persino di "sciopero degli eventi" (Baudrillard, 2013). Tale eccezionalità non deriva soltanto dalla magnitudo dell'attacco, dalla sua salienza assoluta e delle azioni belliche – seppur del tutto prevedibili – cui avrebbe dato luogo, quanto dal fatto che essa segna un momento di rottura, di radicalizzazione del rapporto fra evento e immagine, fra realtà e immaginario: "L'immagine consuma l'evento, nel senso che lo assorbe e lo dà a consumare. Certo, essa gli dà un impatto inedito, mai visto sin qui, ma in quanto evento-immagine" (Baudrillard 2001b: 36).

Secondo Baudrillard infatti gli Usa, in quanto potenza egemonica tanto della Guerra Fredda, quanto della Globalizzazione (Terza e Quarta guerra mondiale, secondo la sua celebre teoria), hanno la responsabilità di aver "fomentato questa violenza infusa in tutte le parti del mondo, e quindi anche quell'immaginazione terroristica che (senza saperlo) ci abita tutti" (Baudrillard 2001b: 9),

L'ascesa della potenza statunitense avrebbe esacerbato la volontà di distruggerla e creato le condizioni sistemiche della sua auto-implosione, iconicamente rappresentata nel crollo delle due Torri: "L'Occidente, in posizione di Dio (di onnipotenza divina e di legittimità morale assoluta), diviene suicida e dichiara guerra a se stesso" (ivi: 11). Le ragioni della distruzione dell'Occidente come sistema, insomma, sarebbero interne al suo stesso programma. *Lo Spirito del Terrorismo*, cioè, propone una analogia implicita con il teorema di incompletezza di Gödel: all'accrescersi della potenza del sistema, ossia alla estensione della sua *completezza*, sorgono le stesse ragioni della sua destituzione, ossia, in altri termini, i principi interni di *contraddizione*.

È il sistema capitalistico, standardizzante, mediatico a concepire la logica del *desiderio*, a definire, riprendendo René Girard, la logica di attrazione fra il soggetto e l'oggetto e fra

questi e la sua distruzione: “la velleità di denegazione di ogni sistema e tanto più forte tanto più quel sistema si avvicina alla perfezione o all' onnipotenza” (idem).

In altri termini, i terroristi non agirebbero ma sarebbero agiti dal sistema, che usa la loro stessa azione per confermare e rafforzare i propri fini: “È una cosa che non mira neppure più a trasformare il mondo, che mira (come l'eresie nei tempi antichi) a radicalizzarlo attraverso il sacrificio, mentre il sistema mira a realizzarlo con la forza” (ivi: 14). Baudrillard rifiuta quindi l'interpretazione della modernità globalizzata come di uno scontro di civiltà o di religioni ciò che invece prevale nel piano della rappresentazione, come vedremo, ancora oggi. Il conflitto attuale gli appare piuttosto come un antagonismo fondamentale, consustanziale alla globalizzazione stessa, che incarna “la mondializzazione trionfante alle prese con se stessa” (ivi: 16) e che è conseguenza delle disuguaglianze che si producono. Così facendo, non sostiene l'immoralità ontologica del Male, né, in un certo senso, l'autodistruzione riflessiva del Bene. Piuttosto, relativizza le due posizioni e introduce un criterio di magnitudo crescente, legato all'estensione della globalizzazione stessa.

Occidente e Islam si definiscono a vicenda, in un fronte asimmetrico di terrore, nel quale “l'islam non è altro che il fronte mobile di cristallizzazione di questo antagonismo” (ivi: 21), analogamente a come il regime sovietico fu fronte di cristallizzazione dell'Occidente americanizzato all'epoca della Guerra Fredda. L'Islam, cioè, è definito dal radicalismo come occidente riflesso, *westoxication*, nei termini usati da Ahmad.

A nostro avviso, la teoria di Baudrillard soffre di tre limiti: una riduzione di complessità rispetto al ruolo “egemone” degli Stati Uniti nei processi della globalizzazione; un forte mediacentrismo, che spesso trascende nell'apocalittico; infine, un'evidente sottovalutazione delle forme di coesione sociale, quali fattori di resistenza dell'immaginario. Il primo punto è in gran parte dovuto al contesto storico in cui il pensatore francese elabora il proprio sistema teorico, quello della crescente rilevanza statunitense nei processi di definizione culturale della globalizzazione, fra Guerra Fredda e Guerra del Golfo. Il caso che analizzeremo esplicherà al contrario un modello di relazioni internazionali sempre più multilaterale, nel quale cresce il ruolo della Francia e, soprattutto a partire dall'amministrazione Obama, decresce quello degli Stati Uniti nei grandi conflitti che coinvolgono il radicalismo islamico. Mediacentrismo e sottovalutazione delle forme di coesione sociale, invece, sono reciprocamente correlati in un paradigma degli effetti sociali che, a nostro avviso, sottovaluta il ruolo degli attori collettivi e di quelli interpersonali nella negoziazione dei significati veicolati dai media.

Tuttavia, la sociologia di Baudrillard è preziosa nell'approcciare i fenomeni di interazione, o sarebbe meglio dire – parafrasando Watzlawick – di *doppio vincolo*, fra media e terrorismo. Ciò, in particolare, per tre motivi: la relativizzazione interattiva delle parti in conflitto, l'enfasi sul potere delle immagini, gli accenti sul carattere performativo degli atti di terrorismo. Vediamo allora, come tale approccio si possa applicare alla ricerca che abbiamo condotto.

## Il caso studiato

Dopo un decennio di relativa pacificazione, il biennio 2015-2016 ha rappresentato per l'Europa la 'riscoperta' e la routinizzazione nella relazione con il terrore, riconducibile direttamente o indirettamente al radicalismo islamico. La stagione di attentati che ha colpito il Vecchio Continente ha visto il coesistere di eventi eclatanti e di attentati minori. Tale strategia di salienza ha mantenuto alta l'attenzione pubblica, concentrandola attorno a mega-eventi terroristici e a sciame di eventi minori, che hanno colpito obiettivi civili, religiosi, militari (per una più dettagliata sintesi cfr. Romania e Tozzo 2017).

Gli eventi più eclatanti sono stati cinque: tre di essi hanno colpito la Francia (i due attentati di Parigi e l'attentato di Nizza), uno Berlino e uno Bruxelles. Per ragioni di brevità, presenteremo estesamente i soli eventi parigini del gennaio e novembre 2015, che abbiamo analizzato nella ricerca.

Il 7 gennaio 2015 la redazione del giornale satirico anarchico *Charlie Hebdo* subisce l'attacco terroristico di un commando composto da due terroristi, i fratelli Said e Cherif Kouachi (cittadini francesi, di famiglia algerina), che entrano nella redazione parigina della testata e uccidono 12 persone: il direttore, alcuni storici collaboratori e due poliziotti e ne feriscono altre 11. L'attacco è rivendicato sia dal gruppo yemenita di Al-Qā'ida, che dallo Stato Islamico. Le ragioni sono attribuite alla pubblicazione di vignette satiriche che ritraggono Maometto, contravvenendo al divieto di rappresentazione iconica del profeta. Il caso presenta omologie con le proteste sorte nel mondo islamico dopo la pubblicazione di 12 vignette ritraenti Maometto pubblicate da un giornale danese nel 2005.

Il 9 gennaio un collaboratore dei fratelli Kouachi, il francese di origini maliane Amedy Coulibaly, uccide una poliziotta a un posto di blocco e prende in ostaggio 17 persone di religione ebraica, uccidendone tre, prima di essere freddato dalla polizia. Stessa sorte tocca ai fratelli Kouachi. Per manifestare unità nazionale e lotta al terrore, l'11 gennaio lo Stato francese convoca a Parigi e nelle più importanti città della nazione una marcia repubblicana (cfr. *intra*).

Il secondo grave episodio ha luogo a Parigi la sera del 13 novembre 2015, quando un commando terroristico composto da almeno 10 combattenti mette in atto una serie diffusa di attentati fra il I, il X e l'XI *arrondissement*. Tre esplosioni hanno luogo nei pressi dello Stade de France a Saint-Denis, durante lo svolgimento della partita amichevole fra le nazionali di calcio di Francia e Germania; sei sparatorie colpiscono, invece, differenti ristoranti e caffè del centro, uccidendo circa 40 persone. Ben più grave è l'attentato che colpisce la sala di concerti del Bataclan. Durante il concerto della band nordamericana Eagles of Death Metal, tre terroristi irrompono nella sala e aprono il fuoco sul pubblico, per poi barricarsi al piano superiore della struttura con circa 100 ostaggi. Dopo diverse ore e tentativi di negoziazione, le squadre speciali della polizia liberano il teatro con un raid, nel quale muoiono gli attentatori e vengono gravemente feriti alcuni agenti. Il bilancio totale delle vittime è di 93 persone. Pochi minuti dopo, l'ISIS rivendica gli attentati via Twitter. In tutto, perdono la vita 130 persone, fra cui 7 terroristi e circa 30 stranieri. È il più grave attentato mai avvenuto in Francia, dopo la seconda guerra mondiale. Il 15 novembre 2015, per

reazione l'Aviazione Francese colpisce un commando del califfato nella città di al-Raqqa, distruggendolo.

## Aspetti teorici e metodologici

Vista la corposa letteratura sul tema, non ci concentreremo in questo articolo sulle caratteristiche degli autori della violenza, ossia l'organizzazione terroristica dell'ISIS, quanto sulle performance anti-terroristiche messe in atto dallo Stato francese in reazione agli attentati. Abbiamo concepito l'antiterrorismo alla stregua di un *dramma sociale* (nel senso di cui Turner 1967), ove le quattro fasi principali definite dall'antropologo inglese sono così individuate: la fase di rottura del patto sociale è rappresentata dall'atto terroristico in sé; la fase di crisi è stata studiata tramite la sua rappresentazione mediatica; i rituali di riparazione, tramite i rituali civili (la marcia repubblicana) e la fase di chiusura del conflitto tramite il discorso presidenziale tenuto da Hollande al congresso (cfr. *intra*).

Abbiamo perciò studiato tre tipi di dati diversi: la marcia repubblicana dell'11 gennaio 2015 a Parigi; il discorso tenuto da Hollande al Palazzo di Versailles il 16 novembre 2015; infine, la rappresentazione mediatica degli attentati nella stampa francese. L'approccio seguito è qualitativo e concilia la *frame analysis* goffmaniana (Goffman 1974/2001) con una serie di approcci allo studio dei frame sviluppati in ambito massmediologico (cfr. Barisione, 2009) e critico-discorsivo (Fairclough 1995).

Per quanto riguarda la marcia, i dati analizzati sono rappresentati dalla videoregistrazione del corteo di Parigi. Il discorso presidenziale è stato invece analizzato grazie alla trascrizione disponibile su alcuni siti istituzionali del governo francese.<sup>1</sup> Il corpus della stampa è invece costituito da tutti gli articoli pubblicati dai giornali *Le Monde*, *Le Figaro* e *Le Parisien* nei dieci giorni successivi agli attacchi del 13 novembre 2015, ovvero dal 14 al 23 novembre. La scelta delle testate si è basata invece su criteri di rilevanza, diffusione e pluralità politica.<sup>2</sup>

## Breve analisi dei dati

Non c'è spazio qui per discutere ampiamente dei risultati. In breve, va però sottolineato come si è dimostrata una forte interdipendenza fra quadri interpretativi istituzionali e mediatici, in coerenza agli assunti della teoria della dipendenza (DeFleur, Ball-Rokeach, 1989).

In sintesi, i frame primari hanno definito soprattutto le identità delle parti in conflitto (il noi e l'alter) e la natura del conflitto stesso. Gli attentati di Parigi hanno fatto emergere una comune costruzione del Sé basata sui valori repubblicani, sulla coesione sociale e sulla personificazione della nazione. Il trauma culturale subito (Alexander, 2005) ha permesso di riscoprire e sostenere una comune memoria collettiva, basata sui simboli fondamentali della storia francese: l'Illuminismo, la Rivoluzione del 1789, l'eredità laica, liberale e

democratica. La Francia, come complesso sociale, culturale e istituzionale, ha reagito attraverso una idealizzazione della propria storia e del proprio ruolo negli affari correnti.

Nella definizione dell'alter, invece, si sono registrate differenze più marcate. La marcia repubblicana ha definito il nemico come colui che attenta alla libertà di opinione. La sua identità corrisponde quindi al radicalista che nega il relativismo culturale. La rappresentazione mediatica ha offerto una rappresentazione dell'alter invece estesa all'intero gruppo islamico, in forma ambivalente. Accanto a posizioni che sostengono chiaramente la distinzione fra terroristi e musulmani, altre individuano continuità e suggeriscono responsabilità, se non complicità, dell'intera comunità musulmana francese. Il discorso presidenziale, infine, ha definito l'alter su base militare e organizzativa: l'ISIS, come nemico globale della Francia in una serie di campi di battaglia differenziati.

Comune a tutte e tre le basi di dati è una interpretazione del conflitto come *scontro di civiltà*, una tematica non nuova, ma riattualizzata nello specifico contesto culturale nazionale francese. La approfondiremo di seguito, per analizzarne, alla Baudrillard, l'immaginario che la sottende.

## La marcia repubblicana: la mondializzazione a braccetto

La marcia dell'11 gennaio è stata organizzata in contemporanea in più città della nazione e del mondo. Alla manifestazione parigina hanno partecipato circa 1,5 milioni di persone, mentre in tutta la Francia i partecipanti sono stati all'incirca 3,7 milioni. Al pari di altri rituali pubblici, a livello temporale si è verificata quindi una *separazione* del rito dalla normale routine quotidiana e una *sincronizzazione* dei tempi soggettivi e degli stati emotivi dei partecipanti alle diverse manifestazioni.<sup>3</sup> Si è trattato quindi di un *media event* planetario (Dayan e Katz, 1992). I frame primari che hanno caratterizzato l'evento parigino sono stati: l'orgoglio repubblicano, la libertà di espressione, la coesione nazionale e quella del fronte globale contro il terrorismo. Dal punto di vista della teoria baudrillardiana del terrorismo, gli aspetti più significativi hanno però a che vedere con la conciliazione simbolica di coesione dell'Occidente e celebrazione del nazionalismo francese.

Tale aspetto si è realizzato performativamente attraverso il dispositivo simbolico dei corpi dei leader politici, stretti in rapporti di prossimità spaziale alla testa del corteo, referenti fisici di una proiettata prossimità politica. In maniera unica rispetto alla storia recente, a Parigi hanno partecipato fisicamente e simbolicamente tutti i rappresentanti delle maggiori potenze politiche ed economiche mondiali, comprese alcune dittature con cui la Francia stringe da tempo rapporti di interdipendenza economica e militare.

Stretti in un unico lungo cordone (fig.1) i leader hanno occupato tutta la prima fila della manifestazione, concentrando l'attenzione pubblica sul loro abbraccio. L'immagine più potente del rituale è rappresentata dal loro sfilare a braccetto su boulevard Voltaire, a testimoniare una simbolica coesione politica attorno ai destini della Francia, nonostante le evidenti distanze fra paesi in conflitto e fra esponenti politici contrari alla libertà di espressione, occidentali e non. François Hollande ha avuto così ragione di affermare:

“Oggi Parigi è la capitale del mondo”. Nell’intersezione fra il frame repubblicano e quello globale si è perciò realizzata quella che può essere definita una celebrazione del repubblicanesimo francese, quale avanguardia della mondializzazione. Un rituale civile di solidarietà globale senza precedenti.



Fig.1 Il cordone dei leader politici ad apertura del corteo parigino

Da evento locale, di portata nazionale, la campagna di attentati ha così assunto al valore di trauma culturale globale (Alexander, 2005). In tal senso, un ruolo fondamentale lo hanno giocato la coerenza, la pervasività, la disponibilità e l’addomesticamento dei social media, che hanno diffuso, in tutto il mondo, simboli di identificazione con le sorti francesi: dai flag tricolore di facebook, all’immagine stilizzata della Tour Eiffel, usata come simbolo di supporto alla libertà di espressione da milioni di internauti. L’immaginario ha così definitivamente avvolto il campo della realtà.

## **Il discorso di Hollande: la *grandeur* della *civilisation française***

Così come dal punto di vista performativo la manifestazione dell’11 gennaio ha avuto caratteristiche straordinarie, altrettanto eccezionali sono state le cornici performative in cui ha avuto luogo il discorso alla nazione che il presidente francese Hollande ha pronunciato il 16 novembre, di fronte al Congresso, ovvero l’assemblea congiunta dei deputati.

La scelta della location non è stata casuale, ma ha rappresentato un preciso atto rituale-performativo, volto a enfatizzare la centralità dello stato francese, del suo potere, delle sue istituzioni. Il palazzo di Versailles è infatti uno dei più potenti simboli storici dell’esercizio del potere. Un luogo ove, fra l’altro, furono svolte le conferenze di pace del 1783 e firmato il Trattato di Pace del 28 giugno 1919, che mise fine alla prima guerra mondiale. Nel maggio 1682, Luigi XIV ne fece la sede del governo del Regno di Francia, la residenza reale e la sede della corte. Tutti i poteri in terra francese emanavano da questo centro. Versailles fu palazzo di potere fino ai tempi di Carlo-Luigi Napoleone Bonaparte. Dopo il 1848, una sola altra volta la reggia è stata utilizzata per motivi politici:

nel 2009, quando Nicolas Sarkozy vi convocò il Congresso per discutere della crisi globale. L'eccezionalità scenografica del rituale è stata quindi proporzionale all'eccezionalità della rottura e del dramma sociale.

### ***La metafora bellica***

Dal punto di vista dei frame primari, la metafora bellica è quella gerarchicamente più importante nel discorso presidenziale. Essa definisce principalmente la natura del conflitto, sottraendolo alla spiegazione criminalistica ed estendendone i contesti spazio-temporali. La sua importanza si palesa sin dall'incipit:

“La Francia è in guerra. Gli atti commessi venerdì sera a Parigi sono atti di guerra... Costituiscono un'aggressione contro il nostro Paese, i nostri valori, la nostra gioventù e il suo modo di vivere.”

Il registro prescelto è quello fattuale: la natura degli eventi viene disambiguata. Ogni possibile interpretazione dell'accaduto è limitata all'atto di guerra e ogni interpretazione alternativa è esclusa. Il frame individua dei nessi causali e delle motivazioni culturali, valoriali, alla base del comportamento degli attentatori e gioca la funzione pragmatica di giustificare a posteriori l'impegno francese sui diversi campi di battaglia che la vedono coinvolta: dal Mali, alla Siria, all'Iraq.

Ancora, si traduce, linguisticamente, in un registro aggressivo, o meglio nella retorica di guerra. Il Presidente parla perciò della “necessità di distruggere Daesh”, una necessità e una determinazione “rafforzate” dagli attentati e, ancora una volta, a partire da essi, giustifica “l'intensificarsi degli attacchi aerei contro la roccaforte di Raqqa”. A differenza della marcia pacifica del gennaio 2015, Hollande non mira a depotenziare i toni del conflitto. Al contrario, esprime la determinazione di chi reagisce con atti di guerra ad atti omologhi: “Di fronte agli atti di guerra che sono stati compiuti, dopo gli attentati condotti in gennaio, dobbiamo essere intransigenti”. L'argomentazione scelta, quindi, non è quella razionale e distaccata della strategia diplomatica, ma quella *fatica* della vendetta: “Tutte le persone che sono state uccise devono essere vendicate”.

Tale retorica, connotata da scelte linguistiche e semantiche forti, presenta evidenti analogie con la cosiddetta *new propaganda* o *public diplomacy*, una strategia di framing inaugurata dagli Stati Uniti durante il periodo della Guerra Fredda da Ronald Reagan e usata con successo (più retorico, che geopolitico in verità) anche durante la guerra al terrore e le Guerre del Golfo, della presidenza Bush (2001-2008). In tal senso, Hollande produce e riproduce il medesimo immaginario dell'11 settembre. A distanza di 14 anni, si conferma così la profezia di Baudrillard: il crollo delle Twin Towers produce un trauma cumulativo, uno strappo insanabile fra eventi e immagini.

### ***Lo scontro di civiltà***

Il secondo framework che domina il discorso di Hollande è ancora quello dello scontro di civiltà. Malgrado la teoria proposta da Huntington (1996) abbia suscitato un forte dibattito

e scarsa approvazione in ambito accademico, essa continua tuttavia a esercitare una forte influenza sull'opinione pubblica ed è utilizzata ricorrentemente da politici e imprenditori morali per spiegare eventi complessi. La sua forza è proporzionale alla sua semplicità, al fascino per una narrazione propriamente etnocentrica, alla capacità di intercettare un senso comune diffuso di islamofobia e di rispondere alla crisi di senso tipica della globalizzazione avanzata. E, ancora nei termini di Baudrillard, è funzionale a negare la violenza consustanziale all'esportazione della globalizzazione.

Hollande esplicita questo frame primario nei primi passaggi del suo discorso: "Noi siamo in una guerra di civiltà contro gli jihadisti, che minacciano il mondo intero e non soltanto la Francia".

I veri obiettivi dell'ISIS sono così individuati nei simboli della *civilisation* francese, i suoi valori, stili di vita, libertà fondamentali: "Venerdì, la Francia intera è stata oggetto dei terroristi nella cultura, nello sport, nell'affetto. La Francia che gli assassini vogliono uccidere è proprio quella della giovinezza: tanti morti non avevano nemmeno 30 anni". Si suggerisce perciò una interpretazione del conflitto come dettato da fini esclusivamente culturali: l'ISIS, quale avanguardia di uno stile di vita tradizionale, comunitario, anti-consumistico, combatterebbe la Francia non in quanto potenza bellica mondiale, ma in quanto democrazia liberale, espressione per antonomasia dell'Occidente e della sua cultura.

La Francia è definita, in uno dei passaggi simbolicamente più forti del discorso, come il "faro per l'umanità". L'altro è definito come altro assoluto: i fronti del conflitto sono abitati da umanità diverse, civiltà diverse, mondi incomunicabili. I terroristi sono connotati attraverso aggettivazioni negative: "barbari", "vili", "codardi", "assassini codardi", "deprecabili uccisori", "ignobili". Specularmente, il popolo francese è definito come civilizzato ed eletto, attraverso aggettivazioni e attributi positivi: "coraggioso", "laico", "tollerante", "aperto".

## La stampa francese

Nella narrazione dei media seguente agli attentati di novembre i frame che orientano l'interpretazione degli eventi sono del tutto sovrapponibili a quelli proposti da Hollande (cfr. Romania, 2017). Il linguaggio utilizzato è arricchito di sfumature emozionali ed è costantemente caratterizzato dalla metafora bellica. Termini come "alleato", "bersagli", "combattimento/lotta/battaglia", "coprifuoco", "nemico", "strategia" connotano e denotano eventi e attori. Le argomentazioni sono di sovente arricchite da motivazioni storiche e costruzioni metafisiche dell'identità nazionale, come negli estratti seguenti:

"Uno scontro frontale fra civiltà impegnate in un combattimento a morte che giustificherà ancor più le derive violente" (*Le Monde*, 19\11\2015).

"I nostri nemici combattono la Francia non solo perché è intervenuta in Siria, ma anche perché essa è figlia della Chiesa e madre della Repubblica laica e, a tal titolo, è doppiamente colpevole" (*Le Figaro*, 19\11\2015).

“La scelta dei bersagli e delle parole fa di questa guerra contro i <<crociati>> una guerra di civiltà” (*Le Monde*, 19\11\2015).

“Non abbiamo altra scelta che fra i Lumi e l’Islam, fra Voltaire e la jihad” (*Le Figaro*, 19\11\2015).

Il richiamo storico più evidente è alle crociate del cristianesimo contro l’espansionismo dell’Impero Ottomano fra XI e XIII secolo e alle relazioni fra Islam e stati europei nel medioevo. Un’epopea mitologica che connota da tempo la relazione oppositiva fra Islam ed Europa, l’Orientalismo (Said 1977) e i discorsi dei movimenti identitari.

La drammatizzazione del conflitto è realizzata poi, come nel quarto estratto, risolvendo l’identità francese nell’eredità storica e valoriale dell’Illuminismo; quella dei terroristi è inequivocabilmente associata, in maniera stigmatizzante, alla civiltà islamica. Gli attentati stessi sono significati come sineddoche dell’intera civiltà islamica, della sua storia e sviluppo. L’opposizione fra civiltà illuminata e civiltà concorrente suggerisce una supremazia dell’Occidente su un Oriente, islamico, immaginato e definito come oscurantista. Le due civiltà sono perciò definite come essenzialmente diverse, inconciliabili. Di conseguenza, si suggerisce anche una inconciliabilità fra Islam e identità nazionale. Si costruisce cioè una forma neanche troppo velata di panico morale nei confronti dei musulmani francesi. Si ripropone infine il problema sociale delle religioni altre in Francia. Come ha suggerito Thomas Gomart, che ha analizzato la stampa francese dopo gli attentati a Charlie Hebdo, “gli attentati sono stati ampiamente interpretati come un ritorno al problema religioso – e specificamente alla collocazione dell’Islam in Francia – per l’identità nazionale” (Gomart, 2015, p. 25).

## Conclusioni

Le analisi hanno permesso di comprendere come, da parte francese, gli attentati stessi siano stati rielaborati nei termini di un *trauma culturale* (Alexander 2005) che ha ridefinito la memoria collettiva e riproposto un nuovo discorso di opposizione mitologica fra civiltà occidentale e Islam (Said, 1996). Tale discorso si è rivelato compatibile e per molti versi analogo ai termini della cosiddetta *new propaganda* americana, post-11 settembre (Altheide, 2009). Ha pescato dallo stesso immaginario, dalla stessa retorica manichea, ha riprodotto le medesime metafore belliche, con il medesimo accento di realtà (Lakoff e Johnson, 1980). Così come dalla medesima estetica visuale occidentale ha pescato l’ISIS nel trasformare le proprie azioni violente in performance mediatiche (Cottle, 2004). Da entrambi i punti di vista, il piano della rappresentazione si è progressivamente distaccato da quello evenemenziale. È diventata astrazione senza referente. Si è fatto immagine. Immaginazione di uno scontro di civiltà, presunto, che continua a cristallizzare nuovi fronti di opposizione.

A differenza di quanto poteva supporre Baudrillard dopo l’11 settembre, la Francia, una potenza politica – non egemone, ma *dominante* nella storia coloniale –, ha declinato, a partire dal proprio immaginario e dalla propria storia, l’egemonia occidentale sul mondo. I

rituali civili messi in atto a Parigi e nel mondo dopo gli attentati hanno preso la forma di rituali di coesione nazionale, estesi e sovrapposti a rituali globali di celebrazione dell'Occidente. L'evento ha quindi dimostrato come l'immaginario della mondializzazione non appartenga più soltanto agli Stati Uniti. E in secondo luogo, ancora in antitesi a Baudrillard, come il globale non si sostituisca al sociale, ma assuma forme più complesse di interazione e d'influenza reciproca. L'Islam continua a rappresentare il fronte privilegiato di cristallizzazione oppositiva dell'Occidente, ma la produzione di un immaginario sull'Occidente è polimorfica e, sempre più spesso, conflittuale.

Il punto irrisolto, tanto di questa analisi, quanto più in generale della filosofia di Baudrillard, è come tale sovrapposizione possa condurre allo sviluppo di un cosmopolitismo sociale, nei termini cari a Kant e per altri versi a Durkheim (Pendenza 2015). Seguendo quanto brillantemente affermato da Mike Gane (1991) esistono infatti significativi rapporti fra Baudrillard e Durkheim. Il primo, in particolare, recupera dall'opera classica del suo predecessore un'enfasi sulle forme moderne di anomia e disorganizzazione. E, aggiungiamo noi, Baudrillard ha ragione nel sottolineare la componente di rete dei processi simbolici che si leggeva già delle *Forme Elementari* (Durkheim, 1912). Tuttavia, egli resta miope rispetto a quella onnipotenza del *sociale* nel simbolico, che per Durkheim era centrale.

Ma, la domanda centrale di Baudrillard e di tutta la sociologia dell'immaginario è in fondo un'altra: perché l'immaginario trionfa? A quali condizioni si impone su altre forme di percezione e definizione della realtà? Il tema è così ampio che non pretendiamo certo di esaurirlo in poche righe. Tuttavia, sembra possibile da questa ricerca desumere alcuni fattori che hanno favorito l'imporsi all'opinione pubblica dell'immaginario dello scontro di civiltà:

- L'autorità dell'*emittente*. Come abbiamo visto, si è trattato di un immaginario sostenuto attivamente in primis dal Presidente della Repubblica francese, quindi dai principali leader politici del mondo e quasi omogeneamente da tutte le principali testate giornalistiche;
- La costruzione dei *messaggi* e dei *frames*: dal punto di vista argomentativo, lo scontro di civiltà è un immaginario semplice, diretto e tautologico; dal punto di vista lirico, rappresenta un sistema metaforico coerente ed esteso (Lakoff e Johnson, cit.) di grande coinvolgimento emotivo.
- I due piani appena detti, sommati, influiscono in maniera cogente sulla percezione delle *audience* che è tanto più portata a interiorizzare un immaginario quanto più esso risponde a bisogni *esistenziali*, propri del proprio mondo di vita;
- La strutturazione dell'*ambiente mediatico*. L'interazione di social media e mobile devices invade la nostra vita quotidiana, elide la separazione fra contesti on-line ed off-line, amplifica la pervasività compulsiva dei *media events*, rispetto cui nessuno può declinare dal prendere posizione. L'urgenza classificatoria s'impone, così, sull'analisi razionale.

Date tali caratteristiche, l'immaginario non lascia scampo alla ragione. O quasi.

## Nota biografica

Vincenzo Romania è professore associato di Sociologia dei Processi Culturali e Comunicativi, presso l'Università degli Studi di Padova. È segretario della sezione AIS di Teorie Sociologiche e Trasformazioni Sociali. La sua attività di ricerca si è concentrata soprattutto sui fenomeni del pluralismo e del rapporto fra comunicazione e identità, oltre che sull'analisi delle correnti teoriche della sociologia. Fra le sue più recenti pubblicazioni: *Fra Voltaire e Jihad: gli attentati di Parigi come dramma sociale e trauma culturale* (Mimesis, Milano 2017); *Carriera, mobilità e successo accademico: Erving Goffman e la seconda scuola di Chicago*, *The Lab's Quarterly*, 2016; *Fedeli alla Linea: CCCP and the Italian way to punk*, *Revista Critica de Ciências Sociais*, 2016.

## Bibliografia

- Alexander J.C. (2005). *The Meanings of Social Life. A Cultural Sociology*. Oxford: Oxford University Press; trad. it. (2006) *La Costruzione del Male. Dall'Olocausto all'11 settembre*, Bologna: il Mulino.
- Altheide, D. (2009). *Terror Post 9/11 and the Media*. New York: Peter Lang Publishers.
- Barisione M. (2009). *Comunicazione e Società. Teorie, Processi, Pratiche del framing*. Bologna: il Mulino.
- Baudrillard, J. (1976). *L'échange symbolique e la mort*. Parigi: Gallimard; trad. it. (1990), *Lo scambio simbolico e la morte*. Milano: Feltrinelli.
- Baudrillard, J. (1978). *A l'ombre des majorités silencieuses ou La fin du social*. Fontenay-sous Bois: Imprimerie Quotidienne; trad. it. (1985). *All'ombra delle maggioranze silenziose o la fine del sociale*. Bologna: Cappelli.
- Baudrillard, J. (1979). *La Seduction*. Parigi: Galilée; trad. it. (1985). *Della seduzione*, Bologna: Cappelli.
- Baudrillard, J. (1981). *Simulacres et simulation*. Parigi: Galilée; trad. it. (1985). *Simulacri e simulazione*. Milano: Feltrinelli.
- Baudrillard, J. (1991). *La Guerre du Golfe n'a pas eu lieu*. Parigi: ed. Galilée; trad. it. (1991), *La Guerra del Golfo non ha avuto luogo* in Villani T. e Dalla Vigna P. (a cura di), *Guerra virtuale e guerra reale*. Milano: Mimesis.
- Baudrillard, J. (2001a). *Telemorphose; precede de L'elevage de poussiere*. Parigi: Sans e Tonka.
- Baudrillard, J. (2001b). *L'esprit du terrorisme*. Parigi: Galilée; trad. it. (2002). *Lo spirito del terrorismo*. Milano: Cortina.
- Baudrillard, J. (2013). *Miti fatali*. Milano: Angeli.
- Baudrillard, J. e Deridda, J. (2015). *Pourquoi la guerre aujourd'hui?*. Parigi: Lignes.
- Boccia Artieri, G. (2012). *Stati di connessione: pubblici, cittadini e consumatori nella (social) network society*. Milano: Franco Angeli.
- Cottle, S. (2004). *The Racist Murder of Stephen Lawrence: Media Performance and Public Transformation*. London: Praeger.

- Dayan D. e Katz E. (1992). *Media Events: the Live Broadcasting of History*. Harvard: Harvard University Press; trad. It. (1995) *Le grandi cerimonie dei media. La storia in diretta*. Bologna: Baskerville.
- DeFleur, M.L. e Ball-Rockeach, S. J. (1989). *Theories of Mass Communication*. New York: Longman; trad.it. (1995). *Teorie delle Comunicazioni di Massa*. Bologna: il Mulino.
- Durkheim E. (1912). *Formes Élémentaires de la Vie Religieuse. Le Système Totémique en Australie*. Paris: F. Alcan; trad. it. (2005), *Forme Elementari della Vita Religiosa*, Roma: Meltemi, 2005.
- Fairclough N. (1995). *Critical Discourse Analysis. The Critical Study of Language*. London: Longman.
- Gane, M. (1991). *Baudrillard's Bestiary. Baudrillard and culture*. London: Routledge.
- Goffman, E. (1974). *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*. New York: Harper and Row; trad. it. (2001). *Frame Analysis. L'Organizzazione dell'Esperienza*. Roma: Armando.
- Gomart T. (2015). La Politique Étrangère Française est-elle Charlie?, *Études*, 11/2015.
- Huntington S. (1996). *The Clash of Civilizations and the Remaking of World Order*. New York: Simon & Schuster.
- Lakoff, G. e Johnson, M. (1980), *Metaphors we live by*. Chicago: Chicago University Press; trad. It. (1982), *Metafore e vita quotidiana*. Milano: Bompiani.
- Pendenza M. (2015). Radicare il cosmopolitismo. La nozione di “cosmopolitismo sociale”, *Rassegna Italiana di Sociologia*, 2, 265-287.
- Romania V. (2017), *Fra Voltaire e Jihad. Gli attentati di Parigi come dramma sociale e trauma culturale*.
- Romania V. e Tozzo S. (2017), Terrorism as Ritual Process and Cultural Trauma: a Performative Analysis of ISIS's Attacks in Europe, *Italian Sociological Review*, 2017, 7(2):239-261.
- Said, E. (1977). *Orientalism*. London: Penguin, 1977; trad. It. (1998), *Orientalismo*, Milano: Feltrinelli.
- Said, E. (1996). *The Myth of « the Clash of Civilizations »*, New York: Columbia, 1996.
- Turner, V. (1967). *The Forest of Symbols: Aspects of Ndembu Ritual*. New York: Cornell University Press; trad. it. (1976), *La Foresta dei Simboli. Aspetti del Rituale Ndembu*, Brescia: Morcelliana.

## Note

<sup>1</sup> <http://www.elysee.fr/declarations/article/discours-du-president-de-la-republique-devant-le-parlement-reuni-en-congres-3/> La lunghezza totale del testo originale è di 26.600 caratteri, pari a 40 minuti di orazione.

<sup>2</sup> Globalmente, abbiamo raccolto e analizzato 334 articoli, così distribuiti: *Le Monde*, 101; *Le Figaro*, 135; *Le Parisien*, 98. Una più ampia disamina di metodi e analisi dei dati è disponibile in Romania, 2017.

<sup>3</sup> La separazione del rito dalla quotidianità, spiega Turner, è anzi tutto temporale: “non è solo questione di entrare in un tempio: in più ci deve essere un rito che cambi anche la qualità del *tempo*, costruisca una sfera culturale che è definita come <<fuori dal tempo>>, cioè fuori o al di là de tempo che misura i processi e la routine della vita secolare” (1967: 54).

## Anamorfofi del terrorismo. La narrazione degli attacchi terroristici nella stampa italiana\*

Gevisa La Rocca\*\*

Università degli Studi di Enna "Kore"

Juan Martínez Torvisco\*\*\*

Universidad de "La Laguna", Tenerife

After the attack on the Twin Towers on September 11, Europe has also been the victim of clusters of terrorist attacks. These are episodic attacks on the symbols of European culture. Of them, the image that reaches the general public is what the media communicate to them. This article takes into account the online articles produced by four Italian newspapers, two right and two left, on three attacks: the 13 November 2015 in Paris, 22 March 2016 in Brussels and 14 July 2016 in Nice. The goal is to capture the representation of these events conveyed by the press to its readers. The use of linguistic statistical analysis is used to extract these media lexicons relating to terrorist attacks.

**Keywords:** stampa online, terrorismo, analisi automatica dei dati testuali, mediascapes, frames.

L'attacco alle Twin Towers dell'11 Settembre 2001 è stato un evento simbolico di portata mondiale. Si tratta di un evento mondiale non solo perché diffuso su scala mondiale ma soprattutto per le sue ripercussioni, che sono state tali da mettere in difficoltà la mondializzazione stessa. Dice Baudrillard che "La condanna morale, l'unione sacra contro il terrorismo, sono commisurate al giubilo prodigioso che nasce dal veder distruggere la superpotenza mondiale, meglio ancora, dal vederla autodistruggersi, suicidarsi in bellezza" (2001, pp.8-9). Sarebbero gli Stati Uniti d'America con la loro "insopportabile potenza" ad aver fomentato questa violenza in tutte le parti del mondo fino a stimolare l'immaginazione terroristica. Nel processo di mondializzazione e dialettizzazione del bene e del male il terrorismo ha origine nel cuore stesso della cultura, della civiltà che lo combatte. Il terrorismo è un'onda d'urto, una "reversione silenziosa" che rovescia i dominatori, solleva gli oppressi e gli sfruttati. Quindi il terrorismo è "*il mondo stesso che resiste alla mondializzazione*" (ivi, p. 18). Per Baudrillard è così inevitabile che se domani a dominare fosse l'Islam, il terrorismo lo prenderebbe – inevitabilmente – a bersaglio.

Questa per Baudrillard è la quarta guerra mondiale (*ibidem*). Sembrerebbe essere, però, una guerra silenziosa. Una guerra innominata o innominabile, apostrofata come strage, attacco, episodio. Si tratterebbe, quindi, di una serialità bellica che, a partire dal

---

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

\*\* Email: [gevisa.larocca@unikore.it](mailto:gevisa.larocca@unikore.it)

\*\*\* Email: [jtorvisc@ull.es](mailto:jtorvisc@ull.es)

2004 con l'attentato su diversi treni pendolari in tre stazioni di Madrid, ha coinvolto e coinvolge tutta l'Europa; non ultimo – il primo Gennaio 2017 - l'Italia.

Dopo l'attentato dell'11 Settembre 2001 alle Torri Gemelle, in Europa si sono succeduti più di dodici attentati di matrice islamica. Di questi attacchi, di “di questi grappoli di eventi” (Codeluppi, 2017), se ne prendono qui in considerazione tre:

- quello del 13 Novembre 2015, dove hanno perso la vita centotrenta persone, rimaste vittime di tre attacchi coordinati a Parigi e dintorni. Tre kamikaze si sono fatti esplodere vicino allo *Stade de France*, provocando la morte di un passante; trentanove vittime nell'11<sup>o</sup> *arrondissement*, uccise a colpi di *kalashnikov* sparati contro diversi bar e ristoranti; novanta uccisi da un commando kamikaze nella sala concerti *Bataclan*;
- quello del 22 Marzo 2016, dove sono morte trentuno persone e rimaste ferite circa trecento in una raffica di attentati compiuti a Bruxelles e rivendicati dall'Isis: due all'aeroporto *Zaventem* e uno alla stazione della metro di *Maalbeek*;
- quello del 14 Luglio 2016, dove si sono avute decine di morti e circa centotrenta feriti di cui una quarantina gravissimi a Nizza, per l'attacco di un pesante camion che ha falciato la folla per 2 km sul lungomare della *Promenade del Anglais*, attentatore poi ucciso dalla polizia.

Di questi si esamina qui la rappresentazione che ne fornisce la stampa italiana *tout court*, nello specifico sono presi in esame quattro quotidiani nazionali – in modo da garantire la presenza dei differenti orientamenti ideologici – nella loro versione online: *Il Corriere della Sera*, *La Repubblica*, *Il Foglio* e *Liberò*. Gli articoli esaminati coprono, per tutti e quattro i quotidiani, un arco di tempo pari a un mese, che va dall'apparizione della prima notizia al trentesimo giorno da questa. Il *corpus* formato dagli articoli raccolti è sottoposto all'analisi automatica dei dati testuali, al fine di far emergere la rappresentazione prodotta dalla stampa italiana in occasione di tali attacchi, ricostruendo le linee narrative utilizzate e il conseguente paesaggio mediale.

## Anamorfosi del linguaggio terroristico

“Ogni “trasparenza” pone immediatamente il problema del suo contrario, il segreto” (Baudrillard, 2000b, p. 35), così Baudrillard si esprime in merito alla “trasparenza del male” e alla sua essenza. Lo studioso ci spinge a riflettere su come “Alcune cose non potranno mai essere viste, si confondono in segreto tra loro secondo un tipo di scambio diverso da quello che avviene nel visibile” (*ibidem*), secondo un gioco di chiaroscuro. Questo è ciò che accade quando ci si interroga sulla natura del terrorismo, sulla potenza dell'Occidente, sulla narrazione che dei fatti accaduti costruisce il sistema dei media. Il terrorismo è uno di quei fenomeni estremi che può ridestare in noi “quel principio del Male” (Baudrillard, 1991), che è principio vitale di squilibrio, vertigine e seduzione e che, in nome di una chirurgia estetica del negativo e di un'igienizzazione totale, è stato – da noi – sedato; ma il terrorismo è anche valorizzazione del sacrificio e della morte (Baudrillard, 1976). Il sistema

dei media lo ripropone, lo riedita, ci rappresenta i fatti accaduti, costruendo intorno ad essi cornici interpretative.

“Ci si dimentica un po' troppo spesso del fatto che tutta la nostra realtà è passata attraverso i media, compresi gli eventi tragici del passato” (Baudrillard, 1990, p. 100); ciò vuol dire che è da essi stessi, da questi mezzi che passa la nostra conoscenza della storia. Si può dunque sostenere che siamo lontani da una costruzione/ricostruzione storica di questi avvenimenti, di questi attentati, così l'unica strada percorribile mediante questo lavoro è un'autopsia della rappresentazione mediatica: “è la ricostruzione mitica, e mediatica, di tutti questi eventi” (ivi, p. 102).

Per poter procedere in tal senso è necessario tenere a mente alcune caratteristiche proprie del linguaggio dei quotidiani online, essi rientrano nella categoria dello scritto trasmesso (Bonomi, 2003; Antonelli, 2007; Gualdo, 2007; Pratellesi, 2008), come tali dovrebbero avvalersi di modalità comunicative specifiche; tuttavia la stretta dipendenza dai quotidiani cartacei ne determina una sola parziale specificità scrittoria. Si tratta di un linguaggio che lentamente si sta distanziando dai modelli di scrittura di partenza derivanti dalla forma cartacea. Sono strumenti che hanno delle caratteristiche peculiari nell'organizzazione del testo e di cui si è dovuto tener conto nella raccolta degli articoli. L'obiettivo è stato il seguire la notizia, ciò ha significato il tener conto dei collegamenti intertestuali tra i pezzi; della struttura a blocchi; delle modalità di coesione interna diverse rispetto ai quotidiani a stampa; dell'evidenziazione grafica, quale per esempio la sottolineatura che rimanda ai link e il grassetto variamente utilizzato, tutti elementi questi che sono stati normalizzati per poter rendere il testo fruibile dal software scelto per l'analisi lessico testuale. Non sono stati raccolti i commenti alle notizie. Si è però tenuta presente la specificità ideologica che orienta le diverse testate nazionali ed è proprio sulla scia di questo monito che si sono scelti quattro differenti quotidiani nazionali. Inoltre, ci si confronta con un linguaggio giornalistico che sta assumendo caratteristiche specifiche. Infatti, i giornalisti devono affrontare una sfida estremamente difficile nel raccontare notizie di guerra o presunte tali, poiché si richiede loro un livello di distacco professionale dagli eventi che coprono; contemporaneamente devono, però, trasmettere un senso di vicinanza con la comunità colpita (Orgad, 2009). Secondo Hallin (1986) i giornalisti, in una situazione di crisi, procedono seguendo la *sphere of consensus*, ovvero descrivendo gli eventi e invocando sentimenti, quali: il patriottismo, articolando la narrazione attraverso l'uso del “noi” e del “loro” e riaffermando la storia nazionale (Peri, 1999; Schudson, 2002; Waisbord, 2002; Zandberg e Neiger, 2005). È, infatti, complesso per i giornalisti raggiungere la giusta distanza, la *proper distance*, secondo l'indicazione di Silverstone (2007), intesa come il necessario filtro da porre tra l'altro e noi, per poter ben intendere il fenomeno vissuto e narrato.

Seguendo i temi portanti che si agiscono e si intrecciano ne *Lo scambio simbolico e la morte* (Baudrillard, 1976), si identifica una matrice per questo lavoro. Essa è rappresentata dalla “simulazione di vertigine realistica”, dovuta al fatto che il reale non è soltanto ciò che può essere riprodotto ma “ciò che è sempre già riprodotto. Ipperreale” (ivi, p. 87). Si lavora quindi con una riproduzione degli avvenimenti; con la certezza che con questo lavoro di

analisi linguistica ci si collochi nella “illimitatezza della produzione senza limiti del materiale significante” (ivi, p. 214).

Nel trattare il *corpus* composto dagli articoli provenienti dai quattro quotidiani: si decostruisce il reale nei suoi dettagli; si cerca di avere del materiale rinvenuto una visione in profondità; si procede andando dalle statistiche prodotte sul testo a una loro interpretazione “Lo sguardo non può che andare dall’una all’altra, tutta la visione è chiusa in questo va-e-vieni” (ivi, p. 86); fino ad ottenere una differenziazione rispetto ai testi di partenza che ne rappresenta una interpretazione iperreale. Se questo è il procedimento, ovvero il percorso di analisi e scomposizione della “simulazione di vertigine realistica”, occorre esplicitare, però, la natura delle ipotesi che si vogliono verificare.

Prendendo a prestito il lavoro di Baudrillard (1976) in merito alla natura del simbolico, inteso come ciò che mette fine al codice della disgiunzione e che l’autore identifica come “l’utopia che mette fine alle topiche dell’anima e del corpo, dell’uomo e della natura, del reale e del non-reale, della nascita e della morte” (ivi, p. 146), che rappresenta, quindi, la fine dell’esclusione dell’altro termine, ci chiediamo:

- se negli articoli di giornale, nella cronaca della stampa italiana sia assente o presente la parola “pace” e, nel caso in cui questa fosse sottorappresentata, si ipotizza che questa sua assenza possa essere dovuta alla scarsa presenza del suo opposto: la guerra.
- Di conseguenza, si ipotizza che possa essere assente o sottorappresentata anche la parola guerra. Imputando tali mancanze all’impossibilità di narrare il terrorismo come un atto di guerra.
- Ci si chiede inoltre, se ci sia una presenza nella stampa italiana, che si occupa di tali avvenimenti, del “*riscatto della sicurezza*”, che seppellisce la morte sotto il mito opposto della sicurezza e che deriva la sua forza dall’accentuazione del pericolo, il quale permette a chi Governa di stabilire – per necessità – misure preventive di organizzazione della sicurezza e del territorio.

### ***Percorsi di individuazione dell’anamorfofi linguistica***

Il testo analizzato è un testo ricco<sup>1</sup>, esso contiene 11.255 parole distinte e la sua ricchezza lessicale è pari a 6%, invece la ricercatezza del linguaggio al 41,43%. Queste due misure: ricchezza e ricercatezza lessicale sono importanti poiché ci danno una informazione in merito all’affidabilità statistica del *corpus*, in questo caso il materiale raccolto può essere considerato sufficientemente rappresentativo del linguaggio della stampa affinché su di esso possano essere applicati strumenti di analisi quantitativa.

Occorrenze di parole (N)	185.772
Parole distinte (V)	11.255
Hapax (V <sub>1</sub> )	4.663
(V/N)*100	6,05%
(V <sub>1</sub> /V)*100	41,43

Tab.1 Principali misure lessicometriche

Tra le forme attive<sup>2</sup> il lemma con più ricorrenze è “attentato”, che ricorre nei testi 627 volte, lo seguono: “attacco” (510 occorrenze), “terrorista” (481 occorrenze), “polizia” (378 occorrenze), “strage” (310 occorrenze), “sicurezza” (246 occorrenze) e “guerra” (270 occorrenze). Si tratta di una “ondata di attentati<sup>3</sup>” che imperversano sull’Europa, i quali “sono stati compiuti dai terroristi dell’Isis”; infatti per essi arriva “la rivendicazione dello stato islamico” che ci ammonisce dicendo “ricordate il 14 novembre” e soprattutto non dimenticate “questo giorno come gli americani l’11 settembre”. Si tratta quindi di eventi consequenziali, di battaglie tutte riconducibili alla medesima matrice e causati dalla forza dell’Occidente. L’Europa è “sotto attacco islamico”, “l’Isis rivendica gli attacchi. L’estremismo islamico colpisce ancora il vecchio continente e lo colpisce al cuore, nella città (Parigi) dove l’allarme era più elevato e dove insomma era difficile ipotizzare che il terrore potesse colpire con tale veemenza”. A seguito di tali attacchi la nazione, la Francia deve essere “pronta a difendersi” sottolinea il suo Presidente, che “ha detto che le forze di sicurezza stanno facendo del loro meglio, sono in azione e invitano i francesi ad avere fiducia”. Ogni nazione colpita riceve, mano a mano, i discorsi di solidarietà di tutte le altre nazioni e del Presidente degli Stati Uniti d’America. Nessuna nazione dell’Occidente può sentirsi esclusa, “gruppi terroristici continuano a pianificare attacchi a breve in tutta l’Europa prendendo di mira eventi sportivi, siti turistici, ristoranti e mezzi di trasporto”, così “si legge nell’allarme che resta in vigore fino al 20 giugno prossimo”. Il nemico è rappresentato dal “terrorista”, sono loro gli autori degli attentati. Il male è personificato, ed è anche prossimo, poiché costoro vivono in Europa, a volte anche da diversi anni ma da loro ci differenzia anche e in special modo la matrice culturale. Sono infatti “terroristi kamikaze”, costoro muoiono, si sacrificano per una causa; si lasciano “esplodere con cinture esplosive”, “saltare in aria”. Compiono le loro azioni a sangue freddo, sono “molto calmi, hanno ucciso a freddo molti ostaggi, ad uno ad uno, poi ricaricavano e ne uccidevano altri. Hanno ricaricato le armi tre o quattro volte, erano a volto scoperto molto sicuri di sé”. “Potrebbero uccidere anche in Italia”, “bisogna estirpare questi terroristi dalla società, è il momento di fare cose concrete”, è necessario, quindi, l’intervento del braccio armato degli Stati. La prima ad intervenire è la polizia con i suoi blitz, “la polizia ha evacuato le strade attorno ai luoghi degli attentati”, si mette alla ricerca della rete che ha programmato gli attacchi”, insegue i terroristi e in alcuni casi arresta i sospetti, “la polizia tedesca ha arrestato tre kosovari fermati sull’autostrada”. Le forze di polizia si uniscono e collaborano “una squadra della FBI e una della polizia di New York andranno a Bruxelles perché ci sono vittime americane e persone statunitensi coinvolte negli attentati in Belgio”. Accanto alla polizia si mobilita anche l’esercito “per ore nella città si sono udite raffiche ed

esplosioni e le sirene della polizia e dell'esercito che accorreva sui luoghi presi d'assalto". Occorre fermare le stragi, "la strage di Charlie Hebdo e gli altri giorni del terrore vissuti da Parigi". Le stragi europee e soprattutto la possibile mattanza di bambini europei, "ordine del califfo: voglio una strage di bambini. Le scuole europee nel mirino, il nuovo obiettivo dell'Isis". Proprio come un'onda d'urto ogni attentato produce un aumento delle misure di sicurezza in tutta Europa "innalzate le misure di sicurezza a Roma dopo gli attentati di stamattina a Bruxelles". È documentata nella stampa italiana, presa a riferimento, l'opera di messa in sicurezza voluta dalla Farnesina, che "ha convocato un comitato nazionale di sicurezza" e "ha chiesto agli italiani di non partire per Bruxelles". Sgomento e allarmismo si diffondono "evitate spostamenti ha scritto su twitter. C'è massima allerta anche all'aeroporto di Fiumicino". Nell'ordine si susseguono: consigli di sicurezza, aumenti nei controlli di sicurezza ai gate degli aeroporti, una eccessiva produzione di elenchi dei possibili obiettivi sensibili estesi dagli esperti di sicurezza e il conseguente emergere del bisogno di "una forza di sicurezza europea".

Nonostante, sembri di essere immersi in una "nuova frenesia di stragi di massa" pochi sono i passaggi in cui le conseguenze di tali attacchi sembrano essere ricondotti "a una visione apocalittica di più ampie dimensioni", che li possa definire per ciò che sono realmente una "rinnovata guerra di religione del dodicesimo secolo, che il messaggio dell'Is sottolinea con così grande esultanza", una "guerra globale" che mette la democrazia in pericolo.

Il lemma "guerra" è infatti sì utilizzato, ma ridimensionato nella sua portata, si tratta di una "storia di una notte di guerra nera". Quando essa, la guerra, viene dichiarata a farlo è "il gruppo hacker anonymous" che "ha dichiarato guerra informatica all'Isis"; oppure è frutto della profezia di una veggente "nel 2016 la guerra nel 2043 il califfato a Roma. Lei si chiamava Baba Vanga ed è morta nel 1996 all'età di 85 anni oltre 50 dei quali dedicati alla chiaroveggenza".

I motivi di questa sottorappresentazione del termine guerra si rintracciano negli stessi stralci di giornale "infatti chi dice guerra dice ancora inevitabilmente identificazione, emarginazione e se possibile neutralizzazione di quella parte del campo avverso che opera sul suolo nazionale"; difficile ammettere di essere in guerra e che essa si combatta sul nostro suolo.

Se non si è in guerra non si può auspicare la risoluzione del conflitto e di conseguenza la pace. A riprova di ciò "pace" e "conflitto" si collocano in una bassa fascia di frequenze, la prima ricorre 33 volte e la seconda 19. Sono assenti nella narrazione e discussione degli eventi anche termini cruenti come "paura", presente 90 volte, "morire" (89 volte), "sangue" (80), "orrore" (59). La paura è propria solo di chi è sopravvissuto agli attacchi e lo racconta "sono sconvolto ha scritto su Facebook, ho paura" o della società civile che si mobilita "la marcia contro odio e terrore. Sfilano in 10mila contro l'odio, la paura, l'Is, a qualsiasi forma di terrorismo". Il sangue e le morti sono di coloro che hanno perso la vita nelle stragi. Così come l'orrore è legato allo sgomento per gli attacchi subiti "che gli attentati di gennaio fossero solo un brutto incubo mentre invece erano una prova generale per spostare più avanti l'asticella dell'orrore", per le vittime che "sono diventati protagonisti

dell'orrore finendo nei lugubri elenchi di morti feriti e dispersi". Non c'è orrore per la tragedia che, invece, si profila innanzi all'Europa.

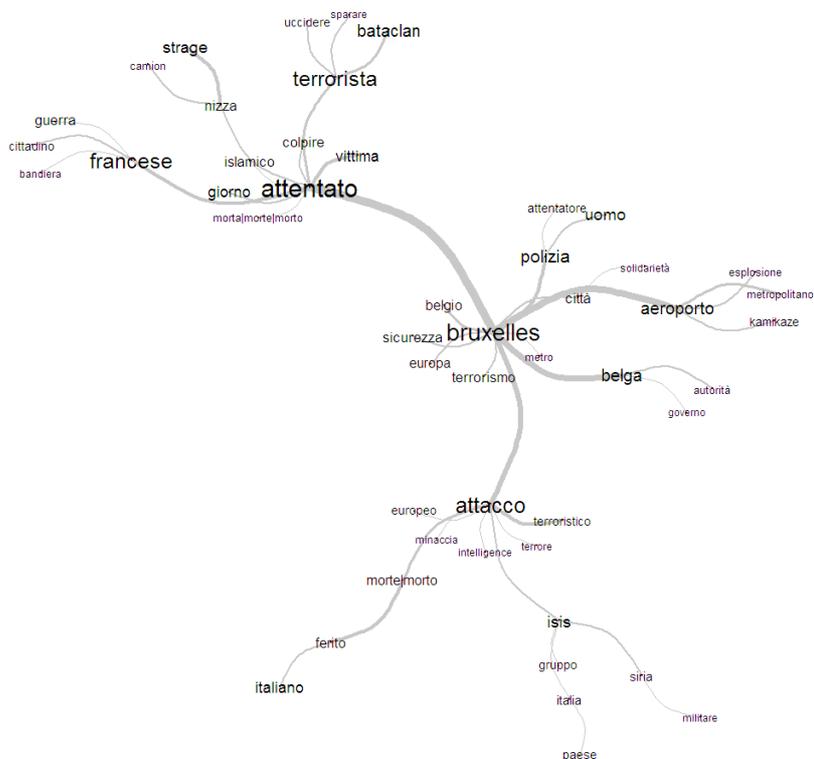


Fig. 1 Analisi delle similitudini

## I mondi lessicali

La stampa assieme alla notizia fornisce una cornice interpretativa, un *frame*. Un frame è per Goffman un concetto sia organizzativo che cognitivo. È definito organizzativo perché il frame va inteso come un principio guida, che contiene “la propria logica, il proprio insieme di motivi, i propri significati e le proprie attività” (1981, p. 63), esiste quindi a prescindere dalle rappresentazioni mentali che ne possono avere i singoli individui. È cognitivo perché il frame funziona come una cornice interpretativa che gli individui hanno a disposizione per riconoscere, comprendere e attribuire un significato alle situazioni, così da poter orientare la loro conoscenza e la loro percezione delle attività sociali (Barisione, 2009). Tale operazione, che si opera nella vita quotidiana per potersi orientare in ciò che giornalmente accade, secondo Tuchman (1978) i giornalisti la realizzano nella produzione delle notizie. A partire dagli avvenimenti: un incidente automobilistico, la dichiarazione di un uomo politico, un attentato terroristico, i giornalisti operano su di esse un *framing*, ovvero gli attribuiscono un significato, una chiave di lettura e poi li comunicano. Sussiste secondo Gitlin (1980) un *frame* dei media, con il quale l'autore si riferisce all'insieme dei principi di

selezione, di presentazione e di teorie che i media utilizzano quando comunicano. Perché i media “fanno” frame e utilizzano framing? Secondo Etman (1993) mediante l’attribuzione di *framing* oltre all’evento si fornisce una particolare definizione del problema, una indicazione in merito a come il pubblico deve percepire l’informazione comunicata e allo stesso tempo si rende la notizia più interessante. L’immagine degli attentati terroristici perviene a noi mediata dal racconto dei giornalisti e dalle caratteristiche proprie della fonte, di cui le loro parole sono espressione.

“Scegliendo un luogo da dove parlare, colui che parla sceglie con ciò stesso un nuovo modo di vedere. Questo è dunque anche un luogo di una nuova identità” (Reinert 1995, p. 222). È seguendo questa visione che Reinert esplora i mondi lessicali e individua una tecnica con cui estrapolarli, è con le stesse premesse che anche qui si sceglie di sottoporre il *corpus* a tale procedura. Il fine è quello di individuare il generale sistema di riferimento, la semantica propria della narrazione. Per farlo si utilizza la tecnica dell’extrapolazione dei mondi lessicali del parlante, che consente di raggruppare e successivamente analizzare le unità di contesto tipiche di questo o quel tipo di vocabolario rinvenuto nei testi (Reinert 1986, 1990, 1995). Lo studio avviene attraverso le analisi di una tabella a doppia entrata, che contiene in colonna le forme prese in considerazione e, in riga, le varie unità di contesto che compongono il *corpus*. Il software, in una logica binaria, segnala la presenza o l’assenza di una forma nell’unità di contesto elementare (u.c.e.) o segmento ripetuto. Sebbene l’analisi statistica non consenta di esplicitare in dettaglio le operazioni enunciative del parlante – qui intese come l’insieme degli articoli provenienti dalle quattro testate giornalistiche – offre la possibilità di chiarire gli ambiti probabili all’interno dei quali un soggetto costruisce i propri oggetti di rappresentazione. Dice Reinert che un mondo lessicale “costituisce la traccia lessicale di un “mondo referenziale” del soggetto” (1995, p. 206). Attraverso questa procedura si ricostruiscono i luoghi della discussione, supponendo che le parole associate ad una medesima unità di contesto mettano in rapporto fra loro oggetti che provengono da uno stesso universo mentale. Il testo viene suddiviso in segmenti di qualche riga, successivamente in una prima fase di calcolo si individuano le forme semplici e le parole strumentali<sup>4</sup>, il riconoscimento di tali forme avviene a partire dal dizionario, e successivamente si raggruppano le forme del *corpus* riconducibili a una stessa radice. Si costruiscono delle classi, utilizzando il metodo gerarchico discendente (Reinert, 1985) e per ogni classe si calcola l’elenco delle parole presenti in maniera significativa<sup>5</sup>. Il software ha individuato 4.232 segmenti<sup>6</sup> su un totale di 5.151, è riuscito quindi a frammentare in unità di contesto elementare una percentuale pari all’82,16% del testo.

### ***I lessicorami del linguaggio terroristico***

La violenza del terrorismo è definita da Baudrillard (1990) come una violenza simulacro, che sorge dalla stessa natura delle immagini. Ritiene lo studioso che ci sia una precessione dei media sulla violenza terroristica, che farebbe del terrorismo e della sua

rappresentazione “una forma specificamente moderna – ben più moderna delle cause “oggettive” che le si vogliono attribuire: politiche, sociologiche, psicologiche – nessuna di esse è all’altezza dell’evento” (ivi, p. 85). Si tratta di una guerra composta da eventi a grappoli che è al tempo stesso pornografica, nel senso che non riesce a essere “soltanto” guerra in cui muoiono delle persone, ma è anche – nella sua forma espressiva mediale – “intensamente oscena e immorale. Come la società” (Codeluppi, 2017, p. 21).

Il lavoro di analisi sul linguaggio della narrazione terroristica disegna tre panorami: l’oscurità, guardie e ladri e i luoghi dell’Occidente.

Sono panorami secondo l’accezione delineata da Appadurai in *Modernità in polvere* (1996), dove definisce gli etnorami come “panorami delle identità di gruppo”, egli spiega che questo neologismo porta in sé qualche voluta ambiguità. Si riferisce per prima cosa ai dilemmi di prospettiva e rappresentazione che tutti gli etnografi devono affrontare, ed ammette il fatto che (come per i panorami dell’arte visiva) le tradizioni di percezioni e di prospettiva, assieme alle variazioni situazionali dell’osservatore, possono influenzare il processo e il prodotto della rappresentazione (Appadurai, 1996, p. 71). L’idea degli ethnoscares e degli altri quattro paesaggi caratterizzati dal suffisso “-scape” (in italiano reso con “-orami”) serve a indicare la forma fluida e irregolare di questi panorami. Questi panorami sono la conseguenza del tipo di interazioni globali che viviamo, tese tra una omogeneizzazione culturale e una eterogeneizzazione culturale. Quella proposta da Appadurai (1996) va letta come una accentuazione delle conseguenze degli scambi informativi veicolati mediante le nuove tecnologie. Ovvero di come i flussi informativi scambiati producano nuovi panorami, generando: gli etnorami, i mediorami, i tecnorami, i finanziarismi, gli ideorami. Fra questi i *mediascapes* che si riferiscono: “sia alla distribuzione delle capacità elettroniche di produrre e diffondere informazioni (giornali, riviste, stazioni televisive e studi di produzione cinematografica) che sono ora a disposizione di un numero crescente di centri di interesse pubblici e privati in tutto il mondo, sia alle immagini del mondo create da questi media” (ivi, p. 55). Questi *mediascapes* hanno come funzione principale quella di fornire narrazioni, immagini in cui si mescolano i mondi delle merci, della politica, delle notizie. L’effetto nel pubblico o meglio, in chi ne fruisce è quello di ridurre, sfumare il confine tra i mondi finzionali e quelli realistici. La conseguenza negativa che segnala Appadurai in questo eccesso di produzione simbolica mediale è che tanto più il pubblico è distante dall’esperienza diretta (di quanto narrato) tanto più costruirà dei mondi chimerici e immaginari, basandosi su quanto prodotto dai media, e quella sarà la sua realtà. I tre paesaggi che qui si individuano, possono essere letti come dei lessicorami scaturiti dai mediascapes: sono, quindi, espressione linguistica dei frames costruiti intorno ad eventi lontani.

I lemmi presenti nella prima classe rimandano al lato oscuro del terrorismo. È presente con una forte associazione alla prima classe il lemma “guerra”, altresì esso si accompagna a termini legati agli oppressori: islamico, Isis, terrorismo, non appare invece Europa o strage, ma a riportarci nel nostro territorio è solo la presenza dell’Italia. La seconda classe contiene termini che, nel nostro immaginario, si rapportano a un ambito definibile come quello dell’eterno conflitto tra guardie e ladri. I termini presenti ci raccontano soprattutto dell’attentato di Bruxelles; dei luoghi: aeroporto, metropolitana; e dei movimenti della

polizia e dei kamikaze: ricercare, arrestare, artificiere. Il panorama della terza classe è tutto dedicato a Nizza e alla Francia e ci riporta a quei momenti. Le vittime di Parigi erano al Bataclan per un concerto, abbiamo perso Valeria Solesin e a Nizza un camion si è gettato sulla folla.

I lessicorami 4.232 u.c.e. - 82,16%																																																		
<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="3">Classe 2 1.105 u.c.e - 26,11% Guardie e ladri</th> </tr> <tr> <th></th> <th>F</th> <th><math>\chi^2</math></th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Bruxelles</td><td>619</td><td>680</td></tr> <tr><td>aeroporto</td><td>341</td><td>626</td></tr> <tr><td>Belga</td><td>343</td><td>575</td></tr> <tr><td>Zaventem</td><td>119</td><td>274,1</td></tr> <tr><td>Ricercare</td><td>75</td><td>201,4</td></tr> <tr><td>Metropolitano</td><td>124</td><td>192</td></tr> <tr><td>Stazione</td><td>112</td><td>187,5</td></tr> <tr><td>Arrestare</td><td>109</td><td>163,9</td></tr> <tr><td>Polizia</td><td>378</td><td>149,6</td></tr> <tr><td>Attentato</td><td>158</td><td>136,9</td></tr> <tr><td>Artificiere</td><td>46</td><td>103,6</td></tr> <tr><td>Kamikaze</td><td>21</td><td>74,4</td></tr> </tbody> </table>			Classe 2 1.105 u.c.e - 26,11% Guardie e ladri				F	$\chi^2$	Bruxelles	619	680	aeroporto	341	626	Belga	343	575	Zaventem	119	274,1	Ricercare	75	201,4	Metropolitano	124	192	Stazione	112	187,5	Arrestare	109	163,9	Polizia	378	149,6	Attentato	158	136,9	Artificiere	46	103,6	Kamikaze	21	74,4						
Classe 2 1.105 u.c.e - 26,11% Guardie e ladri																																																		
	F	$\chi^2$																																																
Bruxelles	619	680																																																
aeroporto	341	626																																																
Belga	343	575																																																
Zaventem	119	274,1																																																
Ricercare	75	201,4																																																
Metropolitano	124	192																																																
Stazione	112	187,5																																																
Arrestare	109	163,9																																																
Polizia	378	149,6																																																
Attentato	158	136,9																																																
Artificiere	46	103,6																																																
Kamikaze	21	74,4																																																
<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="3">Classe 1 1.570 u.c.e - 37,1% L'oscurità</th> </tr> <tr> <th></th> <th>F</th> <th><math>\chi^2</math></th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Guerra</td><td>270</td><td>232,3</td></tr> <tr><td>Islamico</td><td>247</td><td>121,3</td></tr> <tr><td>Isis</td><td>304</td><td>118,4</td></tr> <tr><td>Libia</td><td>81</td><td>96,1</td></tr> <tr><td>Terrorismo</td><td>256</td><td>70,7</td></tr> <tr><td>Paese</td><td>178</td><td>73,8</td></tr> <tr><td>Siria</td><td>172</td><td>79,7</td></tr> <tr><td>Califfato</td><td>63</td><td>93,1</td></tr> <tr><td>Iraq</td><td>51</td><td>97,7</td></tr> <tr><td>Combattere</td><td>56</td><td>65,3</td></tr> <tr><td>Italia</td><td>200</td><td>70,2</td></tr> <tr><td>Minaccia</td><td>107</td><td>62,2</td></tr> <tr><td>Musulmano</td><td>95</td><td>60</td></tr> <tr><td>Problema</td><td>63</td><td>67,8</td></tr> </tbody> </table>			Classe 1 1.570 u.c.e - 37,1% L'oscurità				F	$\chi^2$	Guerra	270	232,3	Islamico	247	121,3	Isis	304	118,4	Libia	81	96,1	Terrorismo	256	70,7	Paese	178	73,8	Siria	172	79,7	Califfato	63	93,1	Iraq	51	97,7	Combattere	56	65,3	Italia	200	70,2	Minaccia	107	62,2	Musulmano	95	60	Problema	63	67,8
Classe 1 1.570 u.c.e - 37,1% L'oscurità																																																		
	F	$\chi^2$																																																
Guerra	270	232,3																																																
Islamico	247	121,3																																																
Isis	304	118,4																																																
Libia	81	96,1																																																
Terrorismo	256	70,7																																																
Paese	178	73,8																																																
Siria	172	79,7																																																
Califfato	63	93,1																																																
Iraq	51	97,7																																																
Combattere	56	65,3																																																
Italia	200	70,2																																																
Minaccia	107	62,2																																																
Musulmano	95	60																																																
Problema	63	67,8																																																
<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="3">Classe 3 1.557 u.c.e - 36,8% I luoghi dell'Occidente</th> </tr> <tr> <th></th> <th>F</th> <th><math>\chi^2</math></th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Bataclan</td><td>331</td><td>323,2</td></tr> <tr><td>Concerto</td><td>150</td><td>196,2</td></tr> <tr><td>Valeria</td><td>147</td><td>172,3</td></tr> <tr><td>Sparare</td><td>114</td><td>168,6</td></tr> <tr><td>Camion</td><td>128</td><td>167,3</td></tr> <tr><td>Teatro</td><td>113</td><td>102,5</td></tr> <tr><td>Promenade</td><td>66</td><td>97,4</td></tr> <tr><td>Nizza</td><td>258</td><td>74,4</td></tr> <tr><td>Fuoco</td><td>87</td><td>73,2</td></tr> <tr><td>Vittima</td><td>283</td><td>73</td></tr> <tr><td>Folla</td><td>76</td><td>69,1</td></tr> <tr><td>Ragazzo</td><td>53</td><td>64,5</td></tr> <tr><td>Uscire</td><td>111</td><td>61,1</td></tr> </tbody> </table>			Classe 3 1.557 u.c.e - 36,8% I luoghi dell'Occidente				F	$\chi^2$	Bataclan	331	323,2	Concerto	150	196,2	Valeria	147	172,3	Sparare	114	168,6	Camion	128	167,3	Teatro	113	102,5	Promenade	66	97,4	Nizza	258	74,4	Fuoco	87	73,2	Vittima	283	73	Folla	76	69,1	Ragazzo	53	64,5	Uscire	111	61,1			
Classe 3 1.557 u.c.e - 36,8% I luoghi dell'Occidente																																																		
	F	$\chi^2$																																																
Bataclan	331	323,2																																																
Concerto	150	196,2																																																
Valeria	147	172,3																																																
Sparare	114	168,6																																																
Camion	128	167,3																																																
Teatro	113	102,5																																																
Promenade	66	97,4																																																
Nizza	258	74,4																																																
Fuoco	87	73,2																																																
Vittima	283	73																																																
Folla	76	69,1																																																
Ragazzo	53	64,5																																																
Uscire	111	61,1																																																

Tab. 2 Dendrogramma ottenuto attraverso una classificazione gerarchica discendente (totale u.c.e. 4.232 – 82,16%)

Una rappresentazione vettoriale della classificazione gerarchica discendente è l'analisi delle corrispondenze lessicali, costruita su due fattori. Il fattore 1 rappresenta il 54% del totale delle classi, mentre il fattore 2 rappresenta il 46%; in figura 1 è possibile vedere le associazioni tra parole e testi su piani delimitati dai due assi fattoriali. È possibile interpretare gli assi fattoriali come dimensioni semantiche attraverso cui leggere il *corpus*: la vicinanza tra parole sul piano fattoriale rinvia a una loro combinazione o associazione nel testo, disegnando le nuvole di parole per le classi all'interno del nostro piano fattoriale. Per interpretare un fattore è utile analizzare le "opposizioni" fra modalità rispetto ai semiassi positivo e negativo, tenendo presente che più un punto è lontano dall'origine di un asse, maggiore sarà il suo contributo alla formazione dell'asse stesso e più grande è la

“vicinanza” tra i punti, maggiore sarà la interdipendenza tra le modalità rappresentate da quei punti. I segni positivo e negativo indicano semplicemente la posizione della variabile sugli assi fattoriali, non implicano in alcun modo una componente valutativa. Si disegna, quindi, un panorama grafico utile per la visualizzazione dei tre lessicorami.

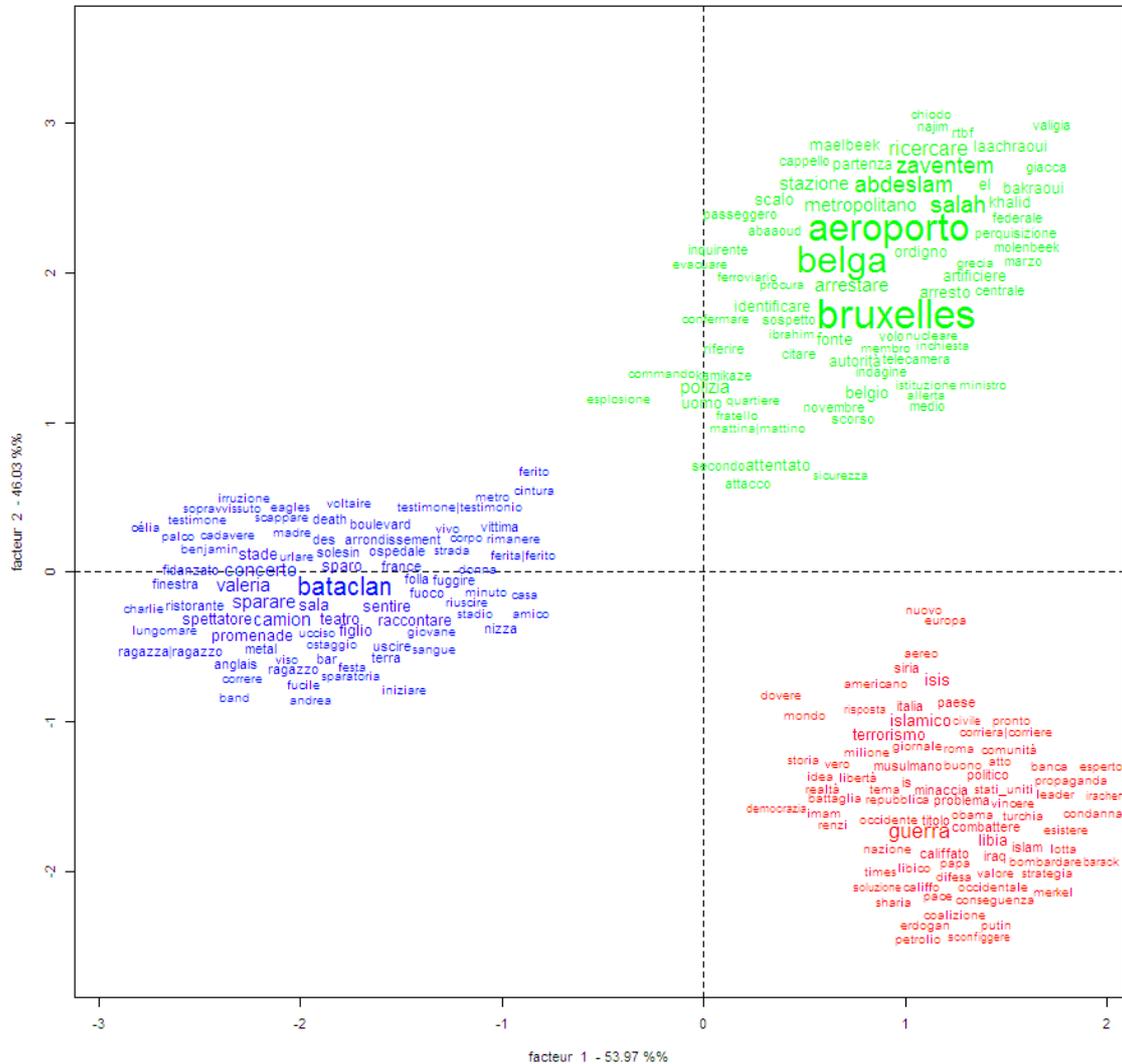


Fig. 2 Rappresentazione dei lessicorami del terrorismo

### Conclusioni

Il rapporto tra media e terrorismo è un rapporto che è possibile delineare secondo una successione di tre fasi.

Nella prima fase l’atto terroristico è un atto singolo, un gesto anarchico, diffuso principalmente dalla stampa e quindi reso noto a un pubblico alfabetizzato. Nella seconda fase esso viene percepito come agito da un’organizzazione efficiente e raggiunge l’opinione pubblica attraverso i mezzi di comunicazione di massa. Nella terza fase – permane la forza pervasiva della TV – ma la Rete, il web 2.0, mano a mano, sottrae alla

televisione il suo primato nella diffusione dell'atto terroristico (Codeluppi, 2017). Si tratta dell'uso, anche per gli atti devianti, della forza comunicativa legata alla *spreadability*, un concetto polivalente che ci porta all'idea di espansione, distribuzione o disseminazione nell'industria culturale. Se il broadcasting si fondava sulla *stickiness*, la cultura della convergenza si muove in chiave di *spreadability*. Si tratta dell'uso, anche per gli atti devianti, della forza degli *Spreadable Media* (Jenkins, Ford e Green, 2017), che consentono a un atto singolo di affermarsi nell'immaginario del pubblico.

I lessicorami che qui sono stati estratti sono propri di un medium ibrido, che per le sue caratteristiche sembra tagliare trasversalmente queste tre fasi. Si tratta della stampa online, quindi di parole, le quali vanno lette, ma che sono veicolate attraverso la Rete. Non sono più riservate ad una élite alfabetizzata: grazie ai video e alle foto che li accompagnano si amplia il ventaglio del loro possibile pubblico. Nei lessicorami che qui si delineano, permangono delle differenziazioni legate a scampoli di orientamento ideologico delle testate giornalistiche da cui sono stati estratti.

Infatti, sebbene in una panoramica d'insieme, la polisemia del testo permetta di inferire gli elementi del marketing dell'apocalisse (Ballardini, 2015), nell'analisi basata sulle topiche delle testate giornalistiche, esse ci restituiscono l'appartenenza e la messa in luce di un particolare punto di vista, di cui i singoli quotidiani sono rappresentazione.

Il terrorismo islamico “non è capace di produrre modelli autonomi e alternativi all'Occidente, ma ripiega fatalmente sugli stessi modelli, dimostrando quanto la cultura di marketing delle multinazionali abbia inciso sulle culture locali” (Ballardini, 2015, p. 27). È tuttavia capace, sfruttando la base culturale dell'Occidente, di creare un brand: il brand dell'ISIS, che si qualifica come un mediatore o commutatore (Barile, 2009) “tra l'immaginario e le prassi quotidiane di milioni di persone” (Barile, 2016, p. 54).

Possiamo, quindi, considerare questi tre lessicorami come tessere espressive del brand dell'ISIS e attraverso l'attribuzione delle tessere all'universo semantico di un parlante (le singole testate giornalistiche), individuare di chi sono precipue.

La nostra è, indubbiamente, una società dei consumi (Baudrillard, 1976), che trasforma gli oggetti in simboli di un codice volto a classificare gerarchie sociali attraverso: luoghi, gusti e bisogni. È innestandosi sul medesimo codice culturale che l'ISIS individua i simboli dell'Occidente nei suoi luoghi di consumo e mira a far emergere il loro significato simbolico e a deflagrarlo. La classe “i luoghi dell'Occidente”, che sintetizza queste componenti rinvenute nei testi, è maggiormente presente nelle testate di sinistra; più nel quotidiano *La Repubblica* che ne *Il Corriere della Sera* ed è, invece, sottorappresentata in quelli di destra.

In questi ultimi prevale una accentuazione degli elementi legati agli attacchi e a chi li pone in essere, la trama che compone questa classe si tesse intorno a lemmi quali: l'ISIS, il Califfato e il terrorismo.

Si tratta di moduli di significato, di lessicorami, la cui accezione è maggiormente comprensibile se si accetta l'interpretazione fornita da Barile (2016), che ci dice che “ogni attacco sia confezionato come un prodotto o un testo polisemico. (...) e a ogni fetta di pubblico veicola un certo messaggio con una certa sfumatura di significato” (ivi, p. 65).

Questa polisemia, genera uno storytelling, che ha la capacità di coinvolgere differenti tipologie di pubblico, ma essa è allo stesso tempo veicolata ed amplificata da una fonte autorevole che estrae una porzione dal testo polisemico, se ne appropria e la diffonde all'uomo medio occidentale che "interpreta il gesto come un'esplosione irrazionale o perlomeno ingiustificata di violenza che lo irretisce rendendogli impossibile la comprensione di ciò che accade, se non attingendo al modesto intorno di opinioni messe a disposizione dal sistema dei media" (ivi, pp. 65-66).

La considerazione che gli attacchi terroristici siano una esplosione irrazionale e ingiustificata di violenza trova una sua ragion d'essere nella struttura narrativa che tali avvenimenti assumono nella stampa italiana. Essi, infatti, non sono vissuti come "battaglie" di una guerra combattuta sul suolo europeo; sono, invece, singoli episodi attribuibili alla follia di occasionali kamikaze.

L'Europa, quindi, non è in guerra e non essendo in guerra non ha nessun motivo di preoccuparsi di porre in essere operazioni di pace. Ciò di cui deve occuparsi è la messa in sicurezza del suo territorio e dei suoi confini. Tale costruzione del fenomeno terroristico produce sul pubblico, su di noi, un effetto involontario (McQuail, 1983).

Golding (1981) operando una distinzione tra i differenti concetti di notizia e i suoi effetti distingue tra: effetti voluti a breve termine classificabili come una "distorsione" della notizia; quelli non intenzionali a breve termine classificabili come "distorsione involontaria" della notizia; quelli voluti a lungo termine che indicano la "politica" del mezzo interessato; e quelli involontari a lungo termine identificabili con l'ideologia.

Tra questi ultimi rientrano anche: il controllo sociale, l'impatto sugli eventi, la definizione della realtà e la costruzione del significato, il cambiamento istituzionale (McQuail, 1983).

Questo modello narrativo episodico – adottato dalla stampa per gli attacchi terroristici – produce un effetto: sulle strutture cognitive, la cognizione sociale e la rappresentazione sociale, e sui frames interpretativi dei riceventi; si tratta di un effetto dovuto al peso che i media ricoprono nello sviluppo di grandi avvenimenti critici. Si produce così una tendenza sistemica a far rispettare un ordine stabilito, un modello di comportamento o di percezione, che si riflette – a sua volta – sull'adattamento degli individui e delle istituzioni agli sviluppi dei media. In sostanza si tratta di una specifica definizione della realtà sociale (Thomas, 1928), che come nella profezia che si autoadempie (Merton, 1948, 1995), si afferma come il corretto modo di guardare a ciò che sta accadendo.

## Note biografiche

Gevisa La Rocca è ricercatore di sociologia dei processi culturali e comunicativi nell'Università degli Studi di Enna "Kore". È coordinatore scientifico del progetto PARIS - Teaching Partnership Addressed to Refugees Instance's strengthening, approved by the Italian EACEA Agency, under the Erasmus+, Strategic Partnership - Higher Education. Tra le sue pubblicazioni Percorsi di comunicazione sociale. Teorie, strumenti, idee (Carocci), L'amore ai tempi dei SNSs. L'emergere del lovecasting: una proposta di studio e ricerca (FrancoAngeli), L'Advergaming. Una riflessione su forme culturali e prospettive generazionali (FrancoAngeli), From the Alphabet to the Web: How Time, Space, and Thought Have Changed (Sage Open).

Juan Martínez Torvisco is Associate Professor, at University of La Laguna, Tenerife, Spain. His main field of research is focused on the human influence on the environment, risk perceptions and optimistic bias. He attends Social Psychology classes in the Sociology career and currently leads a Master in Social and Community Intervention teaching Social Communication and New Addictions. He has several books and chapters about social communication and environmental beliefs.

## Bibliografia

- Antonelli, G. (2007). *L'italiano nella società della comunicazione*. Bologna: il Mulino.
- Appadurai, A. (1996). *Modernità in polvere*. Roma: Meltemi, 2001.
- Ballardini B. (2015). *ISIS. Il marketing dell'apocalisse*. Milano: Baldini&Castoldi.
- Barisione, M. (2009). *Comunicazione e società*. Bologna: Il Mulino.
- Barile N. (2009). *Brand new world. Il consumo delle marche come forma di rappresentazione del mondo*. Milano: Fausto Lupetti Editore.
- Barile N. (2016). *Il marchio della paura. Immagini, consumi e branding della guerra dell'Occidente*. Milano: Egea.
- Baudrillard, J. (1970). *La société de consommation. Ses mythes, ses structures*, Paris: Denoël, trad. it. (2010). *La società dei consumi*, Bologna: il Mulino.
- Baudrillard, J. (1976). *L'Echange symbolique et la mort*. Paris: Gallimard; trad. it. (1979). *Lo scambio simbolico e la morte*. Milano: Feltrinelli.
- Baudrillard, J. (1990). *La Transparence du Mal: Essai sur les phenomenes extremes*. Paris: Editions Galilée; trad, ingl. (1993). *The Transparency of Evil. Essays on Extreme Phenomena*. London – New York: Verso
- Baudrillard, J. (2000a). *The vital illusion*. New York: Columbia University Press; trad. it. *L'illusione dell'immortalità*. Milano: Armando Editore, 2007.
- Baudrillard, J. (2000b). *Mots de passe*. Paris: Pauvert; trad. it. (2013) *Parole chiave*, Roma: Armando.
- Baudrillard, J. (2002a). *L'esprit du terrorisme*. Paris: Galilée; trad. it. (2002) in *La guerra dei mondi* (pp. 7-22). Roma: DeriveApprodi.
- Bolasco, S. (1999). *L'analisi multidimensionale dei dati*. Roma: Carocci.
- Bonomi, I. (2003). *La lingua dei quotidiani*. In I. Bonomi, A. Masini, S. Morgana (a cura di), *La lingua italiana e i mass media* (pp. 127-164). Roma: Carocci.
- Codeluppi V. (2017). Baudrillard, il terrorismo e i media. In Baudrillard J., *Pornografia del terrorismo* (pp. 7-30). Milano: Franco Angeli.
- Etman, R.M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), pp. 51-58.
- Gitlin, T. (1980). *The Wole World IS Watching. Mass Media in the Making and Unmaking of the New Left*. Berkley: University of California Press.
- Goffman, E. (1981). Review: A reply to Denzin and Keller. *Contemporary Sociology*, 10(1), pp. 60-68.

- Golding, P. (1981), *The Missing Dimension: New Media and Management of Change*. In Katz E., Szecskö (eds.), *Mass Media and Social Change*. London: Sage, pp. 291-308.
- Gualdo, R. (2007). *L'italiano dei giornali*. Roma: Carocci.
- Hallin, D. (1986). *The Uncensored War: The Media and Vietnam*. Oxford: Oxford University Press.
- Jenkins H., Ford S., Green J. (2013). *Spreadable media. I media tra condivisione, circolazione, partecipazione*. Milano: Apogeo.
- McQuail, D. (1983). *Mass Communication Theory. An Introduction*. London: Sage.
- Merton, R. K. (1948). *Social Theory and Social Structure*. The Free Press: New York.
- Merton, R. K. (1995). The Thomas Theorem and the Mathew effect. *Social Forces*, 74(2), pp. 379-424.
- Orgad, S. (2009). Watching how others watch us: the Israeli media's treatment of international coverage of the Gaza War. *Communication review*, 12 (3), pp. 250-261.
- Peri, Y. (1999). The Media and Collective Memory of Yitzhak Rabin's Remembrance. *Journal of Communication*, 49(3), pp. 106–124.
- Pratellesi, M. (2008). *New journalism. Teorie e tecniche del giornalismo multimediale*. Milano: Mondadori.
- Reinert, M. (1986). Un logiciel d'analyse lexicale: Alceste. *Cahiers de l'Analyse des Données*, 4, pp. 471-484.
- Reinert, M. (1990). Alceste: une méthodologie d'analyse des donne textuelles et une application: Aurélia de G. de Nerval. *Bulletin de Méthodologie Sociologique*, 26, pp. 24-54,
- Reinert, M. (1991). *La méthodologie Alceste d'analyse des donne textuelles; Application à l'analyse des poesie d'A. Rimbaud, 1 léme coloque d'Albi*. In G. Morand, *Poesie et Modernité* (pp. 303-325), C.A.L.S.
- Reinert, M. (1995). I mondi lessicali di un corpus di 304 racconti di incubi attraverso il metodo "Alceste". In R. Cipriani, S. Bolasco (a cura di), *Ricerca qualitativa e computer. Teorie, metodi e applicazioni* (pp. 203-223). Milano: Franco Angeli.
- Schudson, M. (2002). *What's unusual about covering politics as usual?* In B. Zelizer, S. Allan (a cura di) *Journalism After September 11* (pp. 36-47). New York: Routledge.
- Silverstone, R. (2007). *Media and Morality*. Cambridge: Polity Press.
- Thomas, W.I. (1923). *The Unadjusted Girl*. Boston: Little, Brown and Company.
- Tuchman, G. (1978). *Making News: A Study in the Costruction of Reality*. New York: Free Press.
- Waisbord, S. (2002). *Journalism, risk and patriotism*. In B. Zelizer, S. Allan (a cura di). *Journalism After September 11* (pp. 201-219). New York: Routledge.
- Zandberg, E., Neiger, M. (2005). Between the nation and the profession: journalists as members of contradicting communities. *Media, Culture & Society*, 27(1), pp. 131-142.

## Note

<sup>1</sup> Al fine dell'analisi statistica occorre determinare le dimensioni minime di un *corpus*. "Un criterio empirico che spesso si è rivelato utile è quello di osservare il rapporto V/N: se questo supera il 20%, il corpus non può considerarsi sufficientemente esteso" (Bolasco, 1999, p. 203).

<sup>2</sup> Le forme attive possono essere definite come piene, quindi parole tema. Si tratta di quelle parole ricche di significato, che contribuiscono significativamente all'interpretazione del testo.

<sup>3</sup> Le informazioni presenti in questo paragrafo collocate tra virgolette derivano dall'analisi delle concordanze. L'analisi delle concordanze o analisi del contesto locale, è una tecnica che consente di studiare i diversi contesti di apparizione della parola, "tra le 5 o 10 parole prima e le 5 e le 10 parole dopo il termine selezionato - che funge da polo (pivot)", e attraverso cui si tenta di studiare "le relazioni concettuali" tra il pivot e i suoi contesti d'uso (Bolasco 1999, p. 184).

<sup>4</sup> Si intendono tali: gli articoli, le proposizioni, le congiunzioni, i pronomi, i verbi ausiliari essere e avere.

<sup>5</sup> La significatività è stabilita attraverso il Chi-2 che è un coefficiente di associazione a un grado di libertà, costruito a partire dalla tabella di contingenza che incrocia la presenza o l'assenza della parola in una unità di contesto elementare con l'appartenenza o meno di questa unità di contesto elementare alla classe considerata.

<sup>6</sup> Iramuteq è una interfaccia di R per l'analisi multidimensionale dei dati testuali (<http://www.iramuteq.org/>).

## Chiara Ferragni: il corpo simulacro\*

Maria Angela Polesana\*\*

Libera Università di Lingue e Comunicazione di Milano - IULM

The figure of fashion influencer stems from the bottom throughout the web, and it takes advantage of the many likes it receives from the followers and keeps its momentum by continuously generating interactions and talks about him/her self.

Chiara Ferragni, the Italian but internationally renowned influencer, may count some 11 million followers. In her photos what dominates is the way she is dressed, the specific fashion element perfectly coherent with the real life she is actually living in that very moment. The process of identification is then augmented by the euphoric model of advertising-like communication she uses. The actual life of Chiara Ferragni is displayed through a series of images and the boundaries between her private life and what can be called a reality show are really vague and undefined.

However the way the influencer communicates through Instagram is not much different from the way most of the regular user of the social network do all the time: in both cases the user's sight and understanding is strongly influenced by capitalism and by its ways of communication. In particular, the nice and lean (borderline with anorexia) body of Chiara Ferragni is absolutely consistent with the current image supported by the fashion system and it eventually certifies the communication effectiveness of it, providing the desired valorization of the fashion products.

An "emotional" (sometimes a bit extreme) wellness is often added to the "physical" wellness, perfectly tuned with the commercial narrative that equals the possession of a product to happiness. The normative power of capitalism finally gives voice to a body that builds itself from its syntax and that rewards the perfect body, in a word, the body-simulacrum.

**Keywords:** Instagram; body as a simulacrum; advertising communication; fashion influencer; media as environment.

Grazie alla Rete e ai media digitali abbiamo assistito, a partire dagli anni Novanta, alla graduale trasformazione degli individui da audience, o consumatori, a "pubblici connessi", ossia a "soggetti" (e non "oggetti") (Boccia Artieri, 2009) della comunicazione che, come tali, comunicano con la possibilità di "reagire, (ri)fare, (ri)distribuire partecipando alla condivisione di cultura e conoscenza" (Ito, 2008, p. 3). Tuttavia ciò rappresenta una faccia della medaglia, quella più "ottimista", che si identifica con il "mito della libertà della rete" (Codeluppi, 2013 p.45), mentre l'altra faccia della medaglia propone "un nuovo tipo di capitalismo che si trasferisce nello spazio immateriale di Internet, pur continuando a svolgere in maniera efficace la sua funzione primaria, ovvero la produzione di valore economico" (pp. 47-48). Il fenomeno degli *influencer*, degli *youtuber* e dei *blogger* sembra riassumere in maniera emblematica questa contraddizione, poiché si tratta di figure il cui successo nasce dal basso, dal gradimento espresso dai pubblici connessi, ma che, in realtà, sono espressione di un mondo consumistico in cui il numero di *like* catturato

---

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

\*\* Email: [mariaangela.polesana@iulm.it](mailto:mariaangela.polesana@iulm.it)

diventa un mezzo per conquistare spazio nel web e, di converso, attenzione da parte delle aziende. Un certo livello di popolarità infatti consente loro di firmare vantaggiosi contratti con queste ultime al fine di promuoverne i prodotti, le marche.

In particolare, Chiara Ferragni, *fashion influencer* seguita da 11 milioni di *follower* su Instagram, costituisce un caso interessante di identità “mediata”. È indubbiamente una *celebrity*, poiché il suo successo è ascrivibile a quel fenomeno che prende il nome di “iperdivismo” (Codeluppi, 2017) e che vede la colonizzazione, sempre più spinta, dell’immaginario sociale da parte di soggetti scarsamente dotati di competenze e capacità professionali, ma divenuti celebri grazie all’abile uso dei media. Nel caso specifico, la narrazione per immagini di Chiara Ferragni, che trova in Instagram il suo medium per eccellenza, mette in scena la moda indossata. Vale a dire che l’abito è inserito all’interno della quotidianità dell’*influencer*, una quotidianità in cui pubblico e privato sono esibiti in maniera “apparentemente” autentica. Il corpo di Ferragni non è quello classico delle modelle, algido e lontano, ma un corpo percorso da emozioni, protagonista di un *reality show* in cui si confronta con altri corpi con cui stabilisce relazioni di tipo affettivo. Ed è ancora la dimensione affettivo-emotiva che costruisce la community di *follower* che seguono la *influencer*, la cui autenticità si esprime anche nella sua interpretazione dei prodotti di moda ricombinati tra loro secondo il suo gusto personale.

Chiara Ferragni è anche una marca. L’abile gestione della sua presenza *mediatica* risponde ai principi di gestione della marca (tra l’altro, “Chiara Ferragni” è il brand di una linea di abbigliamento e di accessori e di un negozio monomarca), in cui la comunicazione pubblicitaria gioca un ruolo di primo piano stabilendo un’equazione, a livello narrativo, tra felicità, successo e conseguente possesso di beni di consumo: è “il sistema degli oggetti” (Baudrillard, 1968) che certifica lo status raggiunto e riafferma le gerarchie che l’apparente orizzontalità della rete sembrava aver scardinato. E lo stesso corpo di Ferragni, attorno cui si incentra la narrazione “democratica” della moda si pone, in maniera contraddittoria, come luogo di inclusione e, al contempo, di insuperabile esclusione, come tenteremo di dimostrare.

## Corpo e identità

“L’identità cessa di essere un fatto acquisito sia soggettivamente, sia oggettivamente e diventa l’obiettivo di una ricerca spesso tormentata e difficile. L’uomo moderno sembra essere destinato inevitabilmente alla ricerca di se stesso” (Berger, Berger and Kellner, 1974, p. 87). Ciò è particolarmente vero nelle attuali società ipermoderne in cui l’individuo incontra crescenti difficoltà a definirsi sul piano sociale ricorrendo alle tradizionali variabili sociologiche e di status. Assume invece centralità il corpo come strumento di comunicazione a disposizione degli individui per costruire e trasmettere la propria identità.

La costruzione dell’identità sociale avviene attraverso i materiali messi a disposizione dalla grande narrazione del consumo, vale a dire le merci e soprattutto le marche che le identificano e rappresentano altrettante micronarrazioni (Ferraresi, 2008, p. 32). Sovente tale costruzione si esprime nelle merci che rivestono il corpo (con i relativi brand), come

nel caso dell'abbigliamento, e che rappresentano altrettante indicazioni di precise scelte di tipo estetico, di stile di vita, di status. D'altra parte la dimensione simbolica, segnica degli oggetti (Baudrillard, 1970) testimonia dell'importanza che essi rivestono non in termini di mera soddisfazione bioantropologica dei bisogni, ma piuttosto come strumenti di differenziazione sociale che stabiliscono delle gerarchie.

Gli oggetti narrano un unico grande racconto su cui sono orchestrati tutti gli spartiti declinati dalle marche: ovvero successo economico e felicità. L'euforia pubblicitaria è, in tal senso, l'espressione più palese della felicità promessa/garantita a chi acquisti i prodotti che mette in scena e che, in molti casi, sono accessibili a pochi: i pochi che nella vita, per varie ragioni, hanno avuto e hanno successo. Nelle società contemporanee infatti "il mito di base è quello del successo economico e della ricchezza materiale (...) perseguibile da parte dell'individuo attraverso la sua capacità di costruire una giusta relazione con l'economia" (Codeluppi, 2012, p. 108). Baudrillard denuncia l'illusione della felicità (paragonabile al "pensiero magico" delle società primitive) che l'accumulazione di oggetti dovrebbe portare con sé in base alla credenza "nell'onnipotenza dei segni. L'opulenza, l'"affluenza" non è in effetti che l'accumulazione dei segni della felicità" (Baudrillard, 1974, p.45), ma quest'ultima non è garantita semplicemente dal possesso e dall'esibizione dei prodotti-segno (marca). Eppure le *celebrity* sembrano affermare/dimostrare il contrario, "con le loro foto disseminate nei media a raccontare e ri-raccontare, ciascuna a suo modo, il mito del successo materiale" (Codeluppi, 2012, p.108).

Il divismo non è un fenomeno sociale nuovo, ma nuova è la sua forma attuale che si esprime attraverso una moltiplicazione delle sue "possibilità" espressive, al punto che assistiamo a una sorta di "invasione dei divi in ogni territorio sociale" (Codeluppi, 2017, p.3). Si tratta di un fenomeno iniziato col cinema hollywoodiano in cui il divo era un soggetto lontano, irraggiungibile, quasi divino, per poi subire invece, con la televisione, un processo di normalizzazione. La televisione rompe cioè il monopolio sul divismo detenuto dal cinema e consente al modello divistico di allargarsi all'intera società. Si assiste così a un processo di democratizzazione delle *celebrity* che non sono più tali perché dotate di un talento specifico, perché dimostrano di possedere una qualche abilità, ma semplicemente perché raggiungono la notorietà grazie ai media (Cashmore, 2006): vale a dire che apparire nei media, ottenere per loro tramite visibilità e seguito, e per questo diventare famosi, è di per sé sufficiente (Boorstin, 1992). Si assiste cioè a un mutamento (previsto da Warhol quando, nel 1968, affermava che ogni individuo in futuro avrebbe avuto i suoi 15 minuti di celebrità) dalla "status" di celebrità, conquistato grazie al merito, alla "status" di celebrità (Rojek, 2001) come risultato di una consistente e diffusa presenza nei media. Internet e i social network favoriscono cioè la nascita e l'affermazione delle cosiddette "DIY celebrity", ossia di un divismo fai da te, basato sulle abilità individuali di auto-comunicazione. Si tratta dell'*autocomunicazione di massa*, individuata da Castells (2009), che produce autonomamente flussi di comunicazione in cui si manifesta un bisogno di riflessività, che prende forma attraverso la narrazione del sé, la costruzione della propria identità che, secondo Giddens (1990, 1991), rappresenta la via di uscita dal senso di solitudine prodottosi nelle società individualizzate: un modo per far fronte alla precarietà esistenziale crescente e alla frammentarietà dell'esperienza caratteristiche della società

contemporanea. L'identità si costruisce cioè attraverso “una messa in narrazione pubblica della nostra vita” (Boccia Artieri, 2009) che si confronta con la consapevolezza di avere un pubblico e quindi con la necessità di renderla interessante per il medesimo. In questa narrazione viene condivisa anche l'intimità del soggetto, un'intimità (che) diventa pubblica sotto forma di foto, commenti, note e stati d'animo estemporanei (per cui) si produce un vicinato digitale senza necessità di profondità relazionale” (Boccia Artieri, 2009, p. 39).

Come accade con il *reality* che costruisce, seppure temporaneamente, una comunità attorno a sé. I suoi protagonisti sono infatti individui che non sono dotati di competenze specifiche o di capacità professionali, ma che diventano *celebrity* esibendo pubblicamente la propria vita e che per questo facilitano processi di immedesimazione da parte del pubblico. Spesso si tratta di *celetoids* (Rojek, 2001), ossia persone che improvvisamente acquistano notorietà, ma in maniera altrettanto rapida ritornano nell'anonimato. Ma sovente sono le stesse *celebrity* a essere protagoniste dei *reality*. Il reality rappresenta infatti “una risposta del sistema televisivo all'emergere di un nuovo contesto sociale e mediatico nel quale i divi non sono necessariamente legati a un unico medium, come accadeva in precedenza col cinema, (ma) diventano, invece, a tutti gli effetti divi multimediali i quali hanno la necessità di utilizzare diversi strumenti di comunicazione” (Codeluppi, 2017, p.40).

In particolare, i nuovi media digitali non solo forniscono ai divi la possibilità di controllare meglio l'immagine che intendono trasmettere di sé e di incrementare, attraverso i social network, la loro presenza mediatica, ma consentono anche alle persone comuni di imitare le loro strategie comunicative raggiungendo una propria fama. Non dimentichiamo infatti che “le attività online sono una parte della vita sociale quotidiana e i profili sui media sociali sono una parte dell'identità complessiva delle persone” (Arvidsson e Delfanti, 2013, p.97). I cosiddetti nativi digitali, coloro che cioè sono nati quando internet era una realtà affermata, a differenza dei migranti digitali, che sono nati prima dell'avvento di internet (e quindi, appunto, hanno dovuto migrare verso le tecnologie digitali a un certo punto della loro vita), dimostrano una totale identificazione tra identità online e offline che si sostanzia nella costruzione della propria identità in maniera riflessiva: “gli individui giocano con le loro forme di auto-rappresentazione nel loro essere-nel-mondo” (Boccia Artieri, 2012, p.63). I media sono percepiti e vissuti come ambienti, sono “luoghi” dell'esperienza contemporanea, ambiti per la costruzione di percorsi di senso sia individuali che collettivi, sono dei “mondi”, o meglio dei “media-mondo” (Boccia Artieri, 2004).

Oggi si può dunque diventare divi dal nulla grazie alle nuove tecnologie che hanno reso disponibili agli individui degli strumenti per rendersi visibili al pubblico. *Youtuber*, *blogger*, *influencer* sono espressione di un mondo decisamente consumistico in cui il numero di *like* catturato diventa un mezzo per conquistare spazio nel web e, di converso, attenzione da parte delle aziende. Un certo livello di popolarità consente infatti di firmare vantaggiosi contratti con queste ultime al fine di promuovere i loro prodotti: le loro marche.

La globalizzazione, il web, i marchi low cost hanno favorito un processo di democratizzazione della moda per cui il potere normativo del sistema moda risulta indebolito, nel senso che diviene “oggetto di una sorta di appropriazione “indebita”” (Terracciano, 2017, p.109) ad opera di chi non appartiene alla comunità di riferimento.

Grazie all'avvento dei social network, dei blog, delle declinazioni online delle riviste cartacee e del fashion e-commerce, il testo visivo di moda e la rappresentazione dell'essere di moda diventano visibili e accessibili a tutti. "Il senso dell'abbigliamento si diffonde a partire dalla moda indossata, dal rapporto abito-corpo, inteso come coinvolgimento estesico" (p.110). Chiara Ferragni ne è un esempio evidente dal momento che, grazie al suo blog, *The Blonde Salad*, è diventata una tra le fashion *blogger* più influenti del pianeta e viene invitata alle sfilate come "esperta" del settore. È una *celebrity*, un "prodotto" dei nuovi media digitali nei quali e tramite i quali l'individuo diventa un *performer* (Abercrombie and Longhurst, 1998), ossia un soggetto che vive le attività professionali e sociali come delle performance da compiere. "La vita sociale si presenta come un'attività di continua rappresentazione e ciascuno si esibisce contemporaneamente per gli altri e per se stesso, (ricercando) avidamente tutto ciò che serve per differenziarsi e mettersi in mostra" (Codeluppi, 2012, p.91). Si tratta di quella tendenza alla vetrinizzazione sociale che, con la diffusione sempre più pervasiva degli schermi dei dispositivi elettronici nella vita degli individui, esalta, come accade per la vetrina rispetto alle merci, la dimensione estetica: "la vetrina ha insegnato a coltivare l'arte dello sguardo e ha contribuito a far sorgere quella vera e propria passione per l'immagine visiva che ha caratterizzato nel corso degli ultimi due secoli la cultura del mondo occidentale" (p. 88).

## La costruzione dell'identità di Chiara Ferragni in Instagram

L'identità di Chiara Ferragni nasce con il blog *The Blonde Salad* (nel 2009) che, inizialmente, si configura come diario orchestrato intorno a "un'essenza" precisa, ossia la passione per la moda, che investe di sé la "mediatizzata" quotidianità di Ferragni. L'immagine ha un ruolo predominante proprio in virtù della natura del blog che propone prodotti di moda valorizzati dall'indosso di un soggetto che non si limita a presentare abiti e accessori in pose statiche, che scimmiettano le foto di moda, ma che ne propone una messa in scena, in cui le dimensioni patemica ed esperienziale hanno un ruolo fondamentale.

A partire dal 2013, la società TBS Crew Srl (ora composta da 24 persone), costituita nel 2011 da Chiara Ferragni con Riccardo Pozzoli, co-fondatore e amministratore delegato, si evolve con l'ingresso nel team di Alessio Sonzogni che avvia un processo di attenta selezione delle collaborazioni, nonché dei brand in un'ottica di lungo periodo, al fine di valorizzare il legame tra i medesimi e Chiara Ferragni che diventa testimonial di brand famosi, realizzando per alcuni di loro capi e accessori in edizione limitata, venduti in seguito nella sezione e-commerce del sito. Si assiste quindi, gradualmente, a un ripensamento del blog che nel tempo si trasforma in *lifestyle magazine* (che trasversalmente tocca temi quali il fashion, i trends, i *celebrity's looks* e il *beauty*): "una piattaforma ispirazionale (integrata da un servizio di e-commerce) i cui servizi di social marketing sono volti a promuovere le aziende partner seguendo una strategia che definiamo di marketing *camouflage*, ovvero la mimetizzazione del messaggio pubblicitario nella quotidianità degli *influencer*" (Terracciano, 2017, p.32). Tale rinnovamento si riflette

anche nel logo del blog che non si identifica più con la foto di Chiara Ferragni immersa nell'insalata, all'interno di una vasca da bagno, a rappresentare visivamente il contenuto, ovvero l'"insalata bionda" (che, secondo le parole della stessa Ferragni, sta a significare che il blog è "un'insalata di me. Gli ingredienti saranno quelli che mi hanno sempre contraddistinta: moda, fotografia, viaggi e *lifestyle*"<sup>1</sup>), ma con una scritta rosa neon che evoca un'insegna in stile americano. Una scelta che riflette il nuovo corso intrapreso dalla piattaforma che è frutto di un lavoro di squadra in cui Ferragni ha il ruolo di *creative director*. Del resto, come nota Pozzoli, "oggi gli outfit blogs sono sorpassati, grazie a Instagram, che ha permesso il fenomeno del micro-blogging e la nascita degli *influencer*. Il fare blog su piattaforma esiste ancora, ma i contenuti devono essere molto più articolati che una semplice foto di look<sup>2</sup>".

Il brand Chiara Ferragni, che dà il suo nome, a partire dal 2010, a una linea di calzature, per allargarsi poi a comprendere capi di abbigliamento e accessori (che trovano anche un loro spazio fisico nel primo flagship store aperto a Milano, nel 2017, in via Capelli. Una strada nel cuore di Porta Nuova, zona ad alta densità di fashion brands importanti e immediatamente (e strategicamente) confinante con Piazza Gae Aulenti simbolo del volto nuovo di una città che guarda al futuro), afferma in maniera evidente, attraverso l'uso di Instagram in cui compare col suo nome, e non con *The Blonde Salad*, la propria capacità di significazione: il suo nome è un motore semiotico, un mondo possibile (Eco, 1979), che rimanda alla moda, al lusso, al lifestyle, al viaggio. Apriamo una parentesi per ricordare che da tempo si assiste a una dilatazione della marca al di là delle logiche aziendali (attraverso il *branding* del territorio, della metropoli, della politica delle istituzioni non profit, il culto delle *celebrities*, il *selfbranding* di persone comuni): la marca "si trasforma in linguaggio e metodo di gestione della propria presenza nel mondo" (Barile, 2009, p.151). Essa è un dispositivo di gestione del senso (Semprini, 2006) che ha raggiunto un livello di disseminazione sociale tale da investire di sé qualsiasi campo dell'esperienza e dell'esistenza dell'individuo. In una "società pubblicitaria" (Codeluppi, 2012), come è quella attuale, tutto ha una marca e tutto è una marca. E Ferragni assomma in sé le dimensioni fondamentali proprie di quest'ultima ossia: semiotica, relazionale, evolutiva (Semprini, 2006), commerciale e cliccabile (queste ultime individuate da Ferraresi (2008), sono autoevidenti nel caso di Chiara Ferragni che ha un sito di e-commerce e un monomarca e che nasce online). La natura semiotica, quella su cui intendiamo focalizzarci, si esprime sotto forma di una narrazione pubblicitaria che attraversa l'intera vita mediale di Ferragni.

Nello specifico, oggetto della presente riflessione è l'identità di Chiara Ferragni in e attraverso Instagram, un social network, ideato nel 2010 da Kevin Systrom e Mike Krieger, per realizzare e ritoccare immagini o video da condividere sia sul profilo utente, sia su Facebook, che su Flickr, Twitter e Tumblr. Questa applicazione di *mobile-photo sharing* raggiunge, in pochi anni, il numero di 700 milioni di utenti attivi dimostrando ancora una

<sup>1</sup> Chiara Ferragni, la scalata della fashion blogger in 10 tappe. Preso da <http://www.ilgiorno.it/milano/cronaca/foto/chiara-ferragni-1.3091243>

<sup>2</sup> L. Dansi (2012). "The Blonde Salad", in <http://www.informatorecosmeticoqualificato.it/blogicq/2016/12/16/blonde-salad-blog/>

volta come gli individui vivano in società sempre più ricche di rappresentazioni visive, in culture sempre più strutturate dalle tecnologie della visione in perpetuo mutamento. L'antesignana è stata la televisione che ha segnato il passaggio dall'*homo sapiens*, prodotto dalla cultura scritta, all'*homo videns* risultato di una cultura basata sull'immagine (Sartori, 2000). Ma a differenza della televisione broadcast i nuovi media sono arena di confronto e di partecipazione, di creatività che viene dal basso. Di qui le migliaia di immagini prodotte da pubblici interconnessi (boyd, 2008) che quotidianamente inondano delle proprie biografie "visive" i nuovi media. Tra questi gli smartphone che, essendo "mobili", consentono loro di immortalare/salvare ogni istante della loro vita, mentre sta accadendo, producendo così una memoria visibile costituita da istanti, da frammenti isolati catturati dalla macchina fotografica all'interno di un flusso in costante movimento. E se "le fotografie personali contenute negli album del passato erano rare e perciò preziose, (oggi invece) le fotografie digitali sono semplicemente vissute come degli strumenti per condividere delle emozioni con il prossimo" (Codeluppi, 2014, p.58).

In particolare, in Instagram "il rapporto di interdipendenza tra testo visivo (la foto) e verbale (la didascalia) chiarisce il loro statuto intersemiotico che li dota di forza illocutoria e ne determina gli effetti pragmatici" (Terracciano, 2017, p. 87). Vale a dire che l'autore/autrice dei testi verbo-visivi può dirigere l'attenzione e la comprensione dei medesimi in ragione della interrelazione che stabilisce tra configurazione iconica e parola. A questo si aggiungano gli *hashtag* presenti in forma di "*sintagma seriale*, (ovvero) una struttura discorsiva indipendente da una struttura linguistica" (Geninasca, 1992, p.21) che immergono le foto, cui vengono applicati, in un ambiente mediale più ampio, le rendono fruibili a una ricerca tematica e così stabiliscono delle connessioni tra lo spazio personale e quello di altri soggetti che condividono la stessa passione, emozione o interesse: Instagram si configura cioè come una sorta di costellazione di comunità. In cui la comunità costruita da Chiara Ferragni conta quasi undici milioni di *follower*. Il suo successo è indubbiamente ascrivibile all'indipendenza che esprime rispetto alle tendenze ufficiali, che vengono dall'industria della moda, e che quindi la rende più vicina al pubblico. L'attenzione dei *follower* non è cioè focalizzata sul singolo brand o sui prodotti, promossi da Ferragni, ma sul modo in cui questi vengono da lei assemblati esprimendo così, da una parte, lo stile della *blogger/influencer* e, dall'altra, fungendo da strumenti di identificazione per i follower medesimi (Esposito, Massaro e Vecchiarini e Crudele, 2015).

La "moda portata" (Terracciano, 2017) di Chiara Ferragni diventa il prodotto commerciale attorno a cui ruota la narrazione veicolata da Instagram. Ferragni soggettivizza i capi indossati investendoli della propria emotività, grazie anche alle didascalie in cui frequentemente esprime stati d'animo euforici quali: "so excited", "so happy", "love that top", "such a cute look", "so proud of", "what an awesome collection". Aiutata in ciò anche dalle espressioni del volto che esprimono gioia-sorpresa-soddisfazione. Frequentemente la *fashion influencer* mima con le dita il segno della vittoria o utilizza l'intero corpo per manifestare la propria felicità saltando, alzando le braccia verso il cielo ecc. Insomma, il corpo è attore della rappresentazione di moda e non, come accade nelle riviste di settore, un semplice strumento per mettere in scena l'abito. Le modelle delle riviste di moda sono bellissime, ma di una bellezza lontana, eterea, algida

mentre Chiara Ferragni, nonostante abbia un corpo da modella, convoca i suoi *follower*, con un amichevole “hi guys”, a prendere parte anche della sua vita privata. Tale convocazione, tra l’altro, provoca una mobilitazione anche della sensorialità dei *follower* espressa attraverso i *like*. L’ “io emotivo” (Illouz, 2007) di Ferragni è evidente anche nella condivisione, con i propri *follower*, del termine “Raviolitos” (“Ravioli”), con cui lei e il fidanzato, il rapper Fedez, si chiamano nella loro intimità. In particolare, la storia con quest’ultimo è narrata su Instagram secondo modalità simili a quelle del *reality show* (mediato, nello specifico, dalla diffusione in differita), dal momento che le foto, nella loro istantaneità, hanno documentato, e documentano, giorno per giorno, l’evolversi della storia d’amore tra le due *celebrity* che ora sono in attesa di un figlio. Una storia che ben si presta a diventare oggetto di gossip e quindi a porsi in cima all’agenda mediatica, grazie alle pratiche d’uso dei social network che consentono una diffusione esponenziale del pettegolezzo (Fabbri, 1998).

È dunque possibile riaffermare l’analogia tra Chiara Ferragni, la sua modalità di costruzione e gestione dell’identità, e quella propria delle marche. Aspetto questo in cui la *influencer* non differisce rispetto alla maggior parte degli utenti che sono ossessionati dal numero dei *follower* o friend che i loro profili nei social network riescono ad ottenere, proprio “come le marche aziendali che curano costantemente la loro immagine e misurano i risultati ottenuti attraverso le quote di mercato. Ne consegue che la percezione che hanno del loro valore dipende sempre più dai contatti e apprezzamenti che ottengono all’interno della Rete” (Codeluppi, 2014, p. 61). L’identità si costruisce dunque attraverso la sua esibizione nello spazio sociale tramite segni e immagini capaci di catturare l’attenzione altrui, di fare audience. Una simile gestione dell’identità personale, che è propria delle marche, comporta però la perdita di valore di due dimensioni umane fondamentali, ossia l’intimità e l’interiorità.

## Analisi delle immagini su Instagram di Chiara Ferragni

L’analogia tra la gestione dell’identità praticata da Chiara Ferragni e quella messa in atto dai suoi *follower* si esplicita anche a livello delle tipologie di contenuto condivise. A tal proposito ci serviamo della categorizzazione dei contenuti individuati, in base a un’analisi quali-quantitativa, nel saggio *What We Instagram: A First Analysis of Instagram Photo Content and User Types* (Hu, Manikonda, Kambhampati, 2014). Secondo tale analisi, effettuata sulle foto di 50 *regular active users* (intendendo, con tale espressione, coloro che hanno almeno 30 amici, 30 *follower*, e che abbiano postato almeno 60 foto, escludendo organizzazioni o brand), si possono delineare otto categorie tematiche che qui di seguito riportiamo: amicizia (gli utenti posano con alcuni amici, compaiono almeno due persone nella foto); cibo (cibo, ricette, dolci, bevande, ecc.); gadget (prodotti elettronici, motociclette, auto, ecc.); *captioned photo* (ossia foto su cui compare del testo verbale, emoji ecc.); animali; attività (sia outdoor che indoor, luoghi in cui queste avvengono, ad esempio concerti); selfie; fashion (abiti, accessori, calzature, make-up, ecc). In base alle

otto categorie<sup>3</sup> individuate, è possibile suddividere nel modo seguente le 1350 immagini postate da Chiara Ferragni, nel periodo che va dal 1 febbraio al 19 settembre 2017:

- Amicizia, 289 foto (di cui 4 “ricordi” di Chiara bambina con le sorelline; 29 amici; 18 tutta la famiglia; 37 Chiara e la sorella maggiore; 5 mamma; Chiara e Fedez 196);
- cibo 60;
- gadget (Maserati 11 foto; due aereo Globalair);
- *captioned photo* 0;
- animali 28;
- fashion e attività 930;
- selfie 30.

Abbiamo utilizzato le categorie, individuate a proposito dei contenuti realizzati dagli utenti di Instagram, al fine di verificare quanto i contenuti postati da Chiara Ferragni si differenzino o meno da quelli maggiormente diffusi in Instagram. Abbiamo deciso di aggregare le due categorie “fashion” e “attività”, poiché le 930 foto, che vi rientrano, manifestano, nella stragrande maggioranza dei casi, una evidente e prevedibile sovrapposizione. Chiara infatti indossa abbigliamento, calzature e accessori vari ovunque e, raramente, posta foto di se stessa in casa. Tra l’altro, la *influencer*, fin dagli inizi della sua attività, come *blogger* per *The Blonde Salad*, predilige la lingua inglese che conferisce alla sua immagine e alla sua attività una dimensione globale. E, in effetti, la sua vita è all’insegna del nomadismo (trascorre poco tempo presso la sua abitazione a Los Angeles), poiché si divide tra i luoghi deputati della moda come Parigi, Milano, New York e molti altri in cui si reca o per lavoro o per vacanza: tutti accumulati dalla esclusività delle aree in cui la *fashion influencer* si muove. Un’esclusività che afferma la distanza tra il mondo della *celebrity* e quello dei suoi *follower*.

Dal 2016 Instagram introduce anche la possibilità di caricare brevi video: Ferragni ne posta 75 nel periodo considerato. Avendo noi deciso di focalizzarci sulle foto, non li prendiamo in considerazione ma troviamo utile, ed esemplificativo ai nostri fini, riportare, qui di seguito, una lunga didascalia che commenta un brevissimo video. Il video ritrae una Chiara Ferragni sorridente camminare di sera, a Milano, in Galleria Vittorio Emanuele.

“Milano at night is magical.. I shot my first outfit post in this gallery with my best friend [@angelotropea](#) 8 years ago (and he was with me last night). Who would have thought my life could get such an amazing twist? Loved walking the same steps last night, remembering where I come from and dreaming of where I wanna go next. And smiling, because I finally know where my home is, and It's not a place, but that feeling you only get with your beloved ones 🍷 Thanks for the magic ✨ [#ItalianDays](#)“

---

<sup>3</sup> Come gli autori della ricerca poco sopra citata si è deciso di non considerare i video - che dal 2016 è possibile realizzare su Instagram - ma soltanto le foto.

In queste poche righe possiamo rintracciare alcuni aspetti che attraversano anche l'intera narrazione per immagini della *influencer*-imprenditrice e che possono essere riassunti nei concetti chiave che seguono e che andremo immediatamente a svolgere: *celebrification*, "intimità fredde", media come ambienti e marketing tribale. Innanzitutto, segnaliamo la cornice spazio-temporale, ovvero "Milano di notte è magica" ("Milano at night is magical"), in cui Ferragni colloca la sua narrazione: a Milano, in Galleria Vittorio Emanuele, uno dei luoghi iconici della città, archetipo della galleria commerciale dell'Ottocento e ora "abitata" da numerosi brand del lusso; di notte, quindi in un momento particolare in cui l'atmosfera diventa "magica" per il gioco di luci che investono la città. E Chiara Ferragni ricorda che in quella stessa Galleria, otto anni prima, l'amico Tropea (responsabile PR di "The Blonde Salad") ha scattato la foto del suo primo outfit. A quel punto, quasi incredula, Ferragni rende partecipi i suoi *follower* della sua felicità: "chi l'avrebbe mai detto che la mia vita avrebbe preso una svolta tanto sorprendente?" ("Who would have thought my life could get such an amazing twist?"). Nell'espressione "amazing twist" ossia "svolta sorprendente" è condensato il concetto di *celebrification* (Driessens, 2013) che esprime la trasformazione di persone comuni in celebrità: un fenomeno che ha una dimensione "individuale" (a differenza di *celebritization* che si riferisce invece ai cambiamenti che la mutata natura della *celebrity* porta con sé in relazione alle dimensioni sociali e culturali della società contemporanea), nel senso che riguarda quel mutamento per cui una persona comune diventa una *celebrity*, grazie ai media che fungono da *gatekeepers*. Il concetto di *celebrification* implica anche quello di *commodification*, vale a dire il fatto che la *celebrity* non solo è il prodotto dell'industria delle *celebrity*, ma è anche lei stessa produttrice di ed aiuta a vendere i beni di consumo. In tal senso, le parole di Ferragni sono emblematiche quando afferma che "è stato emozionante camminare rifacendo gli stessi passi la notte scorsa, ricordando da dove sono partita e immaginando dove arriverò": Ferragni è infatti passata dall'essere una persona comune a diventare un'*influencer-celebrity*, cui si sono spalancate le porte dell'olimpico della moda, nonché imprenditrice, e *creative director*, con un fatturato di 20 milioni di euro.

Arriviamo quindi a un ulteriore concetto, presente nell'intera narrazione di Chiara Ferragni, riassumibile nell'espressione, usata da Illouz (2007), "intimità fredde". Nello specifico, secondo la sociologa, nell'epoca attuale ogni aspetto della vita sociale è permeato dalle emozioni che sono esternate pubblicamente, esposte allo sguardo altrui, in nome delle teorie psicanalitiche secondo cui riconoscere e governare la propria emotività costituisce uno strumento per gestire meglio non solo se stessi ma anche le relazioni con gli altri. Ciò determina una sorta di congelamento emozionale per cui il soggetto si distanzia dalle sue emozioni trasformandole in oggetti da esibire, da negoziare e su cui discutere. "Mai la parte più emotiva e più intima della persona è stata messa in piazza così apertamente e asservita come oggi ai discorsi e ai valori della sfera politica ed economica" (p. 31). Si stabilisce cioè un legame tra capitalismo e un certo tipo di cultura emozionale per cui le emozioni, anziché essere bandite dalla produzione, sono ridotte a merci che circolano negli spazi pubblici: la vita intima e privata diventa campo di azione di strategie economiche (2007). Proprio come le emozioni rese pubbliche e "vetrinizzate" da Ferragni e proprio come i *like* dei *follower* che sono altrettante emozioni monetizzabili.

Nell'affermazione “finalmente so dov'è la mia casa e non è un luogo fisico, ma il sentimento che provi soltanto quando sei con le persone care” (“I finally know where my home is, and It's not a place, but that feeling you only get with your beloved ones”) è racchiuso il concetto di *media come ambienti*. Ferragni infatti sottolinea che la sua casa non è uno spazio fisico, non è dunque nemmeno l'Italia dove è nata e Milano dove ha iniziato a muovere i suoi primi passi, ma il “sentimento” che prova stando con le persone care che non sono solo i suoi familiari ma la comunità, una comunità globale, a cui lei si rivolge quotidianamente. Vale a dire che i media, attraverso i quali Ferragni è in contatto con la sua “comunità”, sono percepiti e vissuti come ambienti (Boccia Artieri, 2004; Colombo e Fortunati, 2011). Sono i media, e non i luoghi fisici, i veri “luoghi” dell'esperienza contemporanea.

E infine, nell'affermazione “miei cari grazie per la magia che vivo” (“beloved ones. Thanks for the magic”), troviamo una chiara espressione di *marketing tribale*. I “beloved ones” sono infatti i follower cui Ferragni esprime la propria riconoscenza. E i suoi follower sono anche la sua comunità di marca (Cova, 2003), una tribù di tipo emozionale cementata da esperienze simili, da una condivisa passione per la moda indossata da Ferragni: il corpo dell'*influencer* si pone come prodotto commerciale, come sorta di feticcio che fornisce il pretesto per sentirsi parte di una tribù. “Non si tratta più semplicemente del consumo generico di segni e di simboli da adottare con superficialità, (ma) del consumo di momenti intensi, vissuti insieme con altri, che produce un'emozione in grado di coadiuvare la costruzione, lo sviluppo o il consolidamento dell'identità incerta dei nostri tempi contemporanei” (p. XI). Si tratta di un marketing che non si limita a stabilire un legame personale con il cliente, ma si impegna a mantenere il legame tra i clienti stessi. Ferragni infatti alimenta la sua tribù mettendosi (idealmente) sullo stesso piano dei membri della medesima con cui condivide la propria quotidianità, le proprie emozioni incrementando quindi una fedeltà di tipo affettivo che sostituisce alla dimensione commerciale (gravata da sospetto e diffidenza) quella dell'autenticità, che deriva dalla sua interpretazione personale, unica, dei prodotti di moda ricombinati tra loro secondo il suo gusto.

Quanto alle categorie di contenuto, valide per gli utenti di Instagram, è possibile affermare che sono applicabili anche ai contenuti dell'*influencer*: a mutare è, ovviamente, il tema che viene valorizzato, ossia l'essere di moda. E a mutare sono gli oggetti che popolano le foto, dagli hotel di lusso (in cui trascorre molto tempo e di cui segnala sempre i brand, ad esempio a Milano Palazzo Parigi Milan Hotel and Spa, a Parigi Park Hayatt Vendome, ecc.), all'automobile con cui viaggia (una Maserati), alle feste elitarie a cui partecipa, alle amicizie del jet set che esibisce, ecc. Da un punto di vista semiotico dunque il sistema degli oggetti in cui vive immersa l'*influencer* sancisce il suo successo e la colloca in un mondo di sogno. Il consumo è la sintassi attraverso cui si esprime la differenza di status.

Ma al di là degli oggetti quale altro elemento effettivamente contribuisce a stabilire la differenza, a livello narrativo, tra Ferragni e i suoi *follower*? A tal proposito riprendiamo la riflessione di Manovich (2016) che, in uno studio in cui esamina le foto di Instagram, si basa principalmente sulla loro qualità estetica distinguendo tra foto amatoriali, professionali e artistiche. Il sociologo arriva alla conclusione, in seguito a un'analisi

computazionale di più di 15 milioni di immagini, condivise tra il 2012 e il 2015, che la maggioranza rientra nelle foto amatoriali eredi di quella che Chalfen (1987) chiama tendenza “home mode”, ossia la tendenza degli individui a condividere foto di soggetti tradizionali quali la famiglia, gli amici, gli eventi personali di rilievo (come ad esempio i compleanni o le vacanze) e che oggi includono anche selfies, cibo, feste, ecc. Accanto a queste foto, che hanno un valore anche documentario, compaiono le foto professionali che spesso però mimano le foto amatoriali per ottenere un effetto di autenticità. Anche un'altra studiosa, Marwick (2015), a tal riguardo nota come non solo le persone comuni imitano le *celebrity*, ad esempio quando si scattano i selfie, ma come anche queste ultime spesso imitano, a loro volta, le persone non famose per stabilire un contatto più prossimo con i propri fan e utilizza come esempio una foto della cantante Rihanna che si scatta un selfie da seduta, in aereo, vestita in maniera casual. Potremmo fare numerosi esempi, in tal senso, a proposito dei selfie che Chiara Ferragni condivide nel suo “album” fotografico su Instagram. La natura stessa di Instagram (come diceva McLuhan “il mezzo è il messaggio”) del resto si presta alla narrazione della quotidianità e alla epifanizzazione dei suoi momenti, dei momenti più significativi per il soggetto che dispone ovunque del suo smartphone per fissarli in un'immagine.

Secondo Manovich (2016) gli aspetti chiave dell'Instagramismo, termine che si riferisce a un'estetica basata sulla pubblicazione di foto artisticamente curate, sono rintracciabili nel valore assegnato all'estetica che è la cifra caratterizzante della società attuale da lui chiamata *aesthetic society*. Una società in cui le tribù urbane e dei social media si manifestano e si sviluppano attraverso scelte ed esperienze estetiche. Con Instagram i prodotti, che sono parte della vita delle persone, vengono valorizzati dalla fotografia a identificare precise scelte di tipo estetico, a significare precisi stili di vita, l'adesione a precise tendenze della moda. Ecco perché Manovich definisce l'Instagramismo come l'estetica della nuova gioventù globale e digitale. Ritorna anche il concetto, espresso da Lull, di spazio estetico “deterritorializzato” a descrivere il mondo attuale sempre più globale e dominato dal capitale delle multinazionali, ma anche in grado di funzionare in base alla logica della Rete e dello spettacolo mediatico. Un mondo che occupa una posizione centrale nell'immaginario collettivo e individuale. “È uno spazio tra il qui e il là, tra la società e il sé, tra il materiale e il simbolico, perché la cultura, oggi, si colloca confusamente tra il locale e il globale, tra il collettivo e l'individuale e tra le forme mediate e non mediate dell'esperienza” (Lull, 2000). La forza di tale spazio è da ricercare nella sua capacità di “superare la limitatezza comunicativa della parola scritta e del discorso orale adottando linguaggi simbolicamente più ricchi, meno analitici e basati sulle emozioni come le immagini e la musica” (Codeluppi, 2012, p. 13). Le immagini di Instagram, al di là delle differenze che presentano da un punto di vista della qualità dell'immagine che cambia, ovviamente, in base alla professionalità di chi scatta la foto, manifestano una reciprocità di influenze tra *celebrity*, *influencer*, ecc. e persone comuni attestando la comune esperienza di uno “spazio estetico deterritorializzato” che risente della cultura del consumo e della logica visiva della comunicazione pubblicitaria. Come nota Manovich, ad esempio, la foto di un cappuccino, postata in Instagram, si propone di promuovere quel prodotto? E da dove viene la tecnica del *close up* che mostra un oggetto o parte di esso così

feticizzandolo? Si tratta di una inquadratura ravvicinata che, afferma Manovich, compare in pubblicità tra il 1908 e il 1913 e che ritorna in molte foto di Instagram. Una dimostrazione di quel processo di cultura convergente in cui entrano anche i prodotti di consumo e le modalità semiotiche che li valorizzano (la pubblicità appunto) in un processo di appropriazione che non si oppone al *mainstream* e alla cultura di consumo, ma che lo reinterpreta in una circolarità che comprende in sé tanto i singoli individui quanto le aziende, i brand, le *celebrity*.

## **Conclusioni. Il corpo di Chiara Ferragni e il potere normativo del capitale e dei media**

L'autenticità, secondo Marwick, è una delle ragioni del successo dei *blogger* negli ambienti online. In particolare, per una *fashion blogger*, secondo la studiosa, l'autenticità si identifica in: capacità di esprimere se stessa in maniera originale; forte legame e reattività all'audience; sincero coinvolgimento con i prodotti e i brand (Marwick, 2015). Tutti elementi riscontrabili nella narrazione su Instagram di Chiara Ferragni a partire dall'abbattimento dei confini tra pubblico e privato (Goffman, 1959), all'esternazione frequente delle proprie emozioni, all'amore per i prodotti che indossa, con cui stabilisce un contatto fisico (ad esempio, nelle foto che ritraggono la sua mano che accarezza una borsa), e che sono inseriti all'interno della sua quotidianità.

In effetti, l'*influencer*, per influenzare, deve essere credibile e autorevole in nome di un patto intersoggettivo stabilito con i suoi *follower* che gli riconoscono valore. Un valore che non è "misurabile solamente attraverso contatti, ma anche tramite la sua abilità di generare interazioni, discorsi su se stesso o su un tema, determinando un reale coinvolgimento del pubblico" (Terracciano, 2017, p.123) e una sua identificazione con un modello aspirazionale che li rappresenti. Instagram contribuisce alla costruzione dell'autenticità di Ferragni grazie al suo format. All'album cartaceo tradizionale, retaggio della fotografia analogica e dei rullini, si sostituisce un racconto in progress che si evolve istante per istante e che consente un racconto che non è più costruito a posteriori, ma in presa diretta. E che può svilupparsi su due dimensioni ossia diacronica e sincronica contemporaneamente. È un racconto che blocca l'istante presente, ma che mette anche in scena momenti del passato e che può, in base alle scelte effettuate dal suo autore, mescolarli proprio come fa Chiara Ferragni, che spesso interrompe la narrazione del presente inserendo foto di eventi già accaduti o recentemente (ad esempio la proposta di matrimonio del rapper Fedez, avvenuta durante un suo concerto a Verona ai primi di maggio, ma ripostata più volte a distanza di tempo) o in un passato remoto, come, ad esempio, le foto che la ritraggono da bambina con i genitori o le sorelline. L'autenticità in questo caso è data dal racconto di vita reale in cui la foto ha una funzione documentaristica e al contempo celebrativa. Impossibile non scorgervi una strategia di *heritage marketing* secondo cui la forza e la nobiltà di un brand traggono valore dalla sua storia, che ne attesta la solidità e la credibilità. Analogamente la storia abilmente messa in

scena, dalla *brand-celebrity* Ferragni, contribuisce alla fidelizzazione dei suoi *follower*. Un modo per sancire il valore della *influencer*, del suo brand rispetto al mutare vorticoso e inarrestabile della moda che si caratterizza per la rapida obsolescenza dei suoi prodotti. È Ferragni che sopravvive agli abiti, alla loro fugacità e è lei che ne stabilisce l'importanza o meno proponendoli ai suoi follower.

E benché Ferragni presti il suo corpo alle grandi e per molti irraggiungibili griffe della moda tuttavia, coerentemente alla sua *brand essence*, ossia *effortlessly chic* (che consiste nella sua abilità a combinare assieme borse di Chanel con abiti di Zara o H&M, vale a dire uno stile in cui i suoi *follower* possono riconoscersi) (Keinan, Maslauskaite, Crener and Dessain, 2015), stringe accordi con marchi quali Yamamay di cui indossa i top, Pantene di cui usa gli shampoo, Intimissimi per cui disegna una collezione, ecc. ossia tutti brand *low cost*. Se queste sono scelte che, in qualche modo la pongono in una situazione di eccentricità rispetto al sistema moda, il corpo invece la rimette esattamente al centro delle logiche che lo governano. Il corpo di Chiara Ferragni è un corpo che rispetta i canoni di bellezza imposti dalla moda. Ossia un corpo snello, ai limiti dell'anoressia, non sensuale, ma adatto all'indosso così come imposto dalle riviste di moda. Un corpo con cui pare giocare, come una bambina, a travestirsi. Le sue risate, la sua gioia incontenibile, la gestualità esagerata esprimono una ludicità a volte un po' fuori luogo per una donna di 30 anni compiuti, ma in linea con la celebrazione della giovinezza, perpetrata dai media, che rompe i confini tra le generazioni e che rifiuta lo scorrere del tempo.

Oltre alla salute fisica Ferragni esibisce quindi anche "la "salute emotiva" (ovvero) la più moderna, sofisticata e allo tempo stesso ingenua forma d'integrazione in una cultura e in un mercato che tendono a espellere, a emarginare ogni forma di disagio e di malessere. Bisogna star bene, bisogna sentirsi bene" (Illouz, 2007, p.18). La narrazione di Chiara Ferragni, nonostante gli innesti di *slice of life* è una narrazione pubblicitaria che si sviluppa eliminando tutto quanto ha a che fare con il dolore, la malattia, il decadimento, la morte. Il corpo di Chiara Ferragni è anche il corpo della pubblicità, ovvero un corpo perfetto che è divenuto uno *status symbol*, sia per le donne che per gli uomini, da usare strumentalmente per il perseguimento dei propri obiettivi. Dalla moda il corpo tenta di prendere un ideale di perfezione estetica e cioè il modello basato sull'assenza di difetti, quindi, proprio come avviene per le merci che sopperiscono alle imperfezioni con la bellezza del packaging (Codiluppi, 2012), allo stesso modo il corpo si trasforma, a sua volta, in un involucro sfavillante e per raggiungere tale obiettivo si sottopone a pratiche di vario genere: dalla chirurgia estetica, al make up, alla dieta, al fitness, ecc. In tal senso, i nuovi media, tra cui Instagram in particolare, giocano un ruolo importante nel senso che guidano la lettura della realtà da parte del fruitore imponendo modelli di bellezza irraggiungibili grazie alla possibilità, tramite i filtri, di ritoccare, di manipolare l'immagine del corpo dando vita a immagini perfette e patinate che creano standard di bellezza irrealistici. Al punto che, nel caso di Ferragni, la condivisione delle foto dei suoi piedi "imperfetti" produce migliaia di commenti negativi, spesso anche violenti: spia del rifiuto della dimensione non mediatizzata del suo corpo. A dimostrazione dunque che lo sguardo degli individui è ormai abitato/colonizzato da immagini fantasmatiche, da simulacri (Baudrillard, 1981) più veri del vero. Né inserire questo corpo all'interno di una biografia personale lo rende terreno-

umano, poiché tale biografia è narrata attraverso immagini pubblicitarie. E la pubblicità, per sua natura, è il regno dell'happy end, della felicità, dei corpi perfetti, soprattutto se femminili. Ed è questa la sintassi costruita dal capitale (Foucault, 1975) e agita dal corpo simulacro di Ferragni che gli garantisce il successo anche oltre i confini nazionali, perché esprime il suo valore all'interno di uno "spazio estetico deterritorializzato" che risente della cultura del consumo e della logica visiva della comunicazione.

## Nota biografica

Maria Angela Polesana è docente di Sociologia dei Media e di Sociologia del Turismo presso la Libera Università di Lingue e Comunicazione IULM. Svolge inoltre attività di ricerca, presso l'Università IULM, per FaCe (Fashion Center), un Centro di Ricerca sulla moda. Tra le sue pubblicazioni: *Pubblicità e valori. Nuovi consumi e nuovi messaggi per una società che cambia* (FrancoAngeli, Milano 2016), *Criminality show. La costruzione mediatica del colpevole* (Carocci, Roma 2010), *Communication mix. Come comunica l'impresa* (Egea, Milano 2007), *La pubblicità intelligente. L'uso dell'ironia in pubblicità* (FrancoAngeli, Milano 2005).

## Bibliografia

- Abercrombie, N., Longhurst, B. (1998). *Audicences. A Sociological Theory of Performance and Imagination*. London: Sage, pp.77-120.
- Arvidsson, A., e Delfanti, A. (2013). *Introduzione ai media digitali*. Bologna: Il Mulino.
- Barile, N. (2009). *Brand new world. Il consumo delle marche come forma di rappresentazione del mondo*. Milano: Lupetti.
- Baudrillard, J. (1974). *La Société de Consommation. Ses Mythes, Ses Structures*. Paris: Gallimard; trad. it. (2010) *La società dei consumi*. Bologna: Il Mulino.
- Baudrillard, J. (1968). *Le Système des Objects*. Paris: Gallimard.
- Baudrillard, J. (1981). *Simulacres et Simulation*. Paris: Galilée.
- Berger, P.L., Berger, B., Kellner, H. (1974). *The Homeless Mind*. Harmondsworth: Penguin.
- Boccia Artieri, G. (2004). *I media-mondo. Forme e linguaggi dell'esperienza contemporanea*. Roma: Meltemi.
- Boccia Artieri, G. (2009). SuperNetwork: quando le vite sono connesse. In L. Mazzoli (a cura di). *Network Effect. Quando la rete diventa pop*. Torino: Codice Edizioni.
- Boccia Artieri, G. (2012). *Stati di connessione. Pubblici, cittadini e consumatori nella (Social) Network Society*. Milano: Franco Angeli.
- boyd, d. m. (2008). *Taken Out of Context. American Teen Sociality in Networked Publics, PhD Dissertation*. Preso da: [www.danah.org/papers/TakenOutOfContext.pdf](http://www.danah.org/papers/TakenOutOfContext.pdf).
- Boorstin, D. J. (1992). *The Image: a Guide to Pseudo-Events in America*. New York: Vintage Books.
- Cashmore, E. (2006). *Celebrity Culture*. New York: Routledge.
- Castells, M. (2009). *Communication Power*. Oxford: Oxford University Press.

- Chalfen, R. (1987). *Snapshot Versions of Life*. Bowling Green, Ohio: Bowling Green State University Popular Press.
- Codeluppi, V. (2007). *La vetrinizzazione sociale. Il processo di spettacolarizzazione degli individui e della società*. Torino: Bollati Boringhieri.
- Codeluppi, V. (2012). *Ipermondo. Dieci chiavi per capire il presente*. Roma-Bari: Laterza.
- Codeluppi, V. (2013). *L'era dello schermo. Convivere con l'invasione mediatica*. Milano: Franco Angeli.
- Codeluppi, V. (2014). *I media siamo noi. La società trasformata dai mezzi di comunicazione*. Milano: FrancoAngeli.
- Codeluppi, V. (2015). *Mi metto in vetrina. Selfie, Facebook, Apple, Hello Kitty, Renzi e altre "vetrinizzazioni"*. Milano-Udine: Mimesis.
- Codeluppi, V. (2017). *Il divismo. Cinema, televisione, web*. Roma: Carocci.
- Colombo, F., e Fortunati, L. (2011). *Broadband Society and Generational Changes*. Berlin: Peter Lang, vol.5.
- Cova, B. (2003). *Il marketing tribale. Legame, comunità, autenticità come valori del marketing mediterraneo*. Milano: Il Sole24Ore.
- Driessens, O. (2013). The Celebritization of Society and Culture: Understanding the Structural Dynamics of Celebrity Culture. *International Journal of Cultural Studies*, 16 (6). pp. 641.
- Eco, U. (1979). *Lector in fabula*. Milano: Bompiani.
- Esposito, M., Massaro M.R., Vecchiarini, M. e Crudele, C., (2015), *Exploring the Italian Fashion Blogosphere: a Netnographic Approach, in Global Fashion Management Conference at Florence Proceedings*, 699-701.
- Fabbri, P. (1998). La voce è la matta. In P. Fabbri, I. Pezzini (a cura di). *Voci e Rumori: la propagazione della parola*. Versus, n. 79, gennaio-aprile.
- Ferraresi, M. (2008). *I linguaggi della marca. Breve storia, modelli, casi*. Roma: Carocci.
- Dansi, L. (2012). The Blonde Salad. Preso da: <http://www.informatorecosmeticoqualificato.it/blogicq/2016/12/16/blonde-salad-blog/>
- Foucault, M. (1975). *Surveiller et Punir*. Paris: Gallimard.
- Geninasca, J. (1992). *Testo e immagine*. Urbino: Documenti del centro internazionale di Semiotica e di Linguistica.
- Giddens, A. (1990). *The Consequences of Modernity*. Cambridge: Polity Press.
- Giddens, A. (1991). *Modernity and Self-Identity*. Cambridge: Polity Press.
- Goffman, E. (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life*. Garden City, N.Y.: Doubleday.
- Hu, Y., Manikonda, L., Kambhampati, S. (2014). *What We Instagram: A First Analysis of Instagram Photo Content and User Types*. 8th International Conference on Weblogs and Social Media, ICWSM 2014 – Ann Arbor, United States: The AAA Press, pp.595-598. Preso da: <https://www.aaai.org/ocs/index.php/ICWSM/ICWSM14/paper/view/8118>
- Illouz, E. (2007). *Intimità fredde. Le emozioni nella società dei consumi*. Milano: Feltrinelli.
- Ito, M. (2008). Introduction. In V. Kazys (a cura di), *Networked Publics*. Boston: MIT Press.

- Keinan, A., Maslauskaitė, K., Crener, S., Dessain, V. (2015). *The Blond Salad*. Harvard Business School. Preso da: <http://www.hbs.edu/faculty/Pages/item.aspx?num=48520>.
- Lull, J. (2000). *Media Communication and Culture: A Global Approach*. Cambridge: Polity Press.
- Manovich, L. (2016). *Instagram and Contemporary Image*. Creative Common License. Preso da: [http://manovich.net/content/04-projects/145-instagram-and-contemporary-image/instagram\\_book\\_manovich.pdf](http://manovich.net/content/04-projects/145-instagram-and-contemporary-image/instagram_book_manovich.pdf)
- Marwick, A. (2013). *They're Really Profound Women, They're Entrepreneurs": Conceptions of Authenticity in Fashion Blogging*. Presented at the 7th International All Conference on Weblogs and Social Media (ICWSM), July 8, Cambridge, MA.
- Marwick, A. (2015). *Instafame: Luxury Selfies in the Attention Economy*. In *Public Culture*. Duke University Press. Preso da: [http://publicculture.dukejournals.org/content/27/1\\_75/137.short](http://publicculture.dukejournals.org/content/27/1_75/137.short)
- Rojek, C. (2001). *Celebrity*. London: Reaktion Books.
- Terracciano, B. (2017). *Social moda. Nel segno di influenze, pratiche, discorsi*. Milano: FrancoAngeli.

## Il concetto di rappresentazione nella *Premessa gnoseologica* di Walter Benjamin\*

Antonio Rafele\*\*

CEAQ - Université Paris Descartes La Sorbonne

This paper aims to develop an investigation on the links between photography and the processes of knowledge in Walter Benjamin's *Gnoseological Preface*. In details, the article presents the following reflective knots: a) complementarity, i.e. the image of a reciprocal completion between medium and consciousness; b) attention and distraction intended as psychic states that characterize the development of the reflection; c) the qualitative difference that separates intentional discourses and dialectical images; d) details and the coup d'oeil as the time and rhythm of the representation; e) to point out the esthetic and gnoseological links that connect in a theoretical configuration the first romantic reflections to the media theory

**Keywords:** Media, Knowledge, Observer

Mediante una lettura ravvicinata di alcuni momenti essenziali dei *Passages* e della *Premessa gnoseologica*, questo articolo propone un'indagine sul rapporto tra fotografia e conoscenza, un rapporto nel quale la distinzione tra immagini materiali e immagini della conoscenza sembra progressivamente sfumare, determinando un piano di convergenza o di reciproco completamento tra i due ambiti. L'elaborazione dell'"immagine dialettica", a cui è dedicato il secondo paragrafo, è lo strumento operativo di un percorso della conoscenza al cui interno la rappresentazione costituisce lo stile e il metodo della conoscenza. In seguito, l'articolo ricostruisce i modi e gli strumenti della rappresentazione, mostrando una stretta affiliazione storico-concettuale tra il *Concetto di Ironia* e la *Premessa gnoseologica*. Infine, nell'ultimo paragrafo, si prova ad attualizzare queste problematiche benjaminiane con il riferimento a McLuhan e alla letteratura recente.

### La fotografia

L'ultima novità esercita un fascino e un potere comunicativo "irresistibile": non solo vince le resistenze degli individui, obbligandoli come per caso o per inerzia ad una nuova assuefazione; al contempo rende obsolete le abitudini del passato, procurando negli individui la sensazione che esse siano antiquate, stantie: "Se apriamo un numero di Life

---

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

\*\* Email: antonio.rafele@gmail.com

del 1938, le immagini e le pose che ritenevamo allora normali ci appaiono ora cose remote più ancora che gli oggetti realmente antichi” (McLuhan, 2002, p. 209). La novità procura un senso vivo e vitale del presente, ma contiene o precede l’immobilità dello scatto fotografico. La fissità mortuaria dell’immagine fotografica – un’immobilità che non esclude la moltiplicazione delle immagini; piuttosto, le immagini fotografiche sono tutte discontinue tra loro – è il trionfo e lo spettacolo della *fine*. All’esperienza di minute e reiterate *morti* succede l’istituzione di una memoria, la “rilettura” di un momento appena trascorso. Nell’istante in cui riaffiorano come ricordi e presenze fantasmatiche, o impongono la contemplazione di un’epoca spenta e defunta, le immagini divengono i blocchi temporali dell’io, i tasselli e i frammenti della sua storia psichica:

La natura che parla alla macchina fotografica è infatti una natura diversa da quella che parla all’occhio; diversa specialmente per questo, che al posto di uno spazio elaborato consapevolmente dall’uomo, c’è uno spazio elaborato inconsciamente. Se è del tutto usuale che un uomo si renda conto, per esempio, dell’andatura della gente, sia pure all’ingrosso, egli di certo non sa nulla del loro contegno nella frazione di secondo in cui “si allunga il passo”. La fotografia, grazie ai suoi strumenti accessori quali il rallentatore e gli ingrandimenti, è in grado di mostrarglielo. La fotografia gli rivela questo inconscio ottico, così come la psicoanalisi fa con l’inconscio pulsionale (Benjamin, 1936, pp. 62-63).

Le immagini che compongono la trama personale vengono colte nell’attimo in cui si stratificano come tracce della mente. Lo sguardo retrospettivo colloca, in una vertiginosa torsione all’indietro, l’origine dell’evento nell’attimo in cui l’immagine fotografica libera i suoi effetti: il passaggio repentino, pressoché istantaneo, dal gesto quotidiano al ricordo di chi guarda. Non si tratta di una posizione preesistente all’analisi di chi osserva, bensì dell’avvenuta, in concomitanza con la fotografia, centralità dell’osservatore. Per via dei salti che dissemina, riproduzione e al contempo messa in rilievo della vita quotidiana, la fotografia configura le immagini come allegorie della visione, su cui occorre rivenire e indugiare per ricostruire l’esperienza vissuta. Piacere e memoria, identificati nel passo di Benjamin come i due momenti inscindibili della visione, sono il costituirsi di un modo d’essere interamente proiettato sull’attualità. Le immagini vivono nella mente di chi guarda, nel consumo quotidiano, superando i confini imposti dal canone estetico o dalle istituzioni. Con ciò le immagini trascendono il solo piano della rappresentazione per divenire frammenti della vita quotidiana, dei sempre rinnovati legami tra flussi e sospensioni del tempo, continuo e discontinuo.

Riporto due frammenti dedicati alla fotografia e contenuti rispettivamente nei *Konvolut Y* e *G* dei *Passages*: “Ciò che rende incomparabili le prime fotografie è forse il fatto che esse rappresentano l’immagine del primo incontro tra macchina e uomo” (Benjamin, 1982, p. 751); “È necessario chiedersi se anche in altri tempi le necessità tecniche determinassero in modo così decisivo le forme e lo stile” (Benjamin 1982, p. 164). I due passi evocano, in una prossimità persino letterale, le celebri osservazioni di McLuhan sul medium come messaggio. La fotografia celebra il primo incontro tra uomo e macchina: l’esperienza di un rapporto immediato, e per questo *originario*, tra tecnica e stile. I due piani si allineano fino al punto da celare o annientare le differenze. Il *medium* è la configurazione in cui precipitano, in un attimo e per salto, l’esperienza e la sua forma.

La “scoperta” di un comune manifestarsi, come in uno scatto fotografico, della vita e della forma, è il principio di una rilettura radicale, mediologica, dell’opera d’arte. Se nel modello rinascimentale la durata dell’opera pare sottrarsi al lavoro del tempo (Colaiacono, 2013; Lombardo, 2003), con la fotografia la durata dell’esperienza coincide con l’attimo del consumo. Al contempo gli altri domini dell’arte vengono investiti dalle modifiche sensoriali “aperte” dall’ultimo medium: “Sull’avvento della fotografia [...] Ci si appella all’obiettivo. E la pittura, da parte sua, comincia ad accentuare i colori” (Benjamin, 1982, p. 752). Le avanguardie storiche sono la manifestazione più eclatante della crisi in cui precipita la pittura in seguito alla nascita della fotografia. Accentuando i colori, dissolvendo i limiti e gli spazi del linguaggio, surrealismo e dadaismo approssimano, seppur in modo indiretto, l’opera d’arte ai bisogni di un pubblico assuefatto agli *choc* delle istantanee fotografiche.

Moda e fotografia costituiscono, come vettori di una straordinaria accelerazione del tempo, un unico blocco riflessivo dell’osservatore. È sulla scoperta di una manifestazione immediata della vita e della forma, desunta dall’esperienza della moda e degli *choc* procurati dalle istantanee fotografiche, che McLuhan costruisce un punto di vista “mediologico” sui processi culturali:

Non è forse evidente che non appena la sequenza lascia il posto alla simultaneità, si entra nel mondo della struttura e della configurazione? [...] Ciò non era per nulla ovvio prima della velocità elettrica e del campo totale. Sembrava allora che il messaggio fosse “il contenuto” e la gente soleva chiedersi cosa volesse rappresentare un quadro, anche se non si poneva mai questa domanda a proposito di una melodia, di una casa o di un abito, in quanto per queste cose conservava un certo senso dello schema generale, cioè dell’unità tra forma e funzione (McLuhan, 1964, pp. 20-21).

McLuhan restituisce un’immagine dell’esistenza come susseguirsi di istanti isolati e distanti tra loro, vitali e caduchi al tempo stesso. Prive di finalità, le circostanze rivestono tuttavia una funzione essenziale; esse modellano di volta in volta le forme dell’esperienza fino a determinare intere configurazioni psichiche o sensoriali. McLuhan lancia sulla storia antica e moderna uno sguardo che rivolge l’attenzione ai più profondi e intimi legami che si instaurano tra l’individuo e le sue abitudini: le abitudini fungono da contenitori, mentre l’individuo appare come una “pasta molle”, infinitamente conformabile.

## Le immagini dialettiche

Al centro si trovano dunque le immagini dell’osservatore, ovvero i modi in cui la storia arriva ad impressionare le facoltà percettive del singolo:

La questione poi di come questo essere attuale (che è altra cosa dall’ “essere attuale” dell’ “attualità” ma è piuttosto un essere discontinuo, intermittente) significhi già in sé una superiore concretezza, è un problema che il metodo dialettico non può affrontare all’interno dell’ideologia del progresso, ma solo in una visione della storia che la oltrepassi in tutti i sensi. In essa si dovrebbe parlare della crescente condensazione (integrazione) della realtà, in cui ogni passato (a suo tempo) può ottenere un grado di

attualità più alto che al momento della sua esistenza. La sua configurazione in quanto superiore attualità spetta all'immagine in cui la comprensione la riconosce e la colloca (Benjamin, 1982, p. 437).

Ad immagine delle rovine accumulate dalla moda, la storia è un paesaggio di frammenti sparsi e discontinui tra loro. La novità è un ulteriore momento della storia, ma anche un ulteriore e irreversibile infrangersi di essa. L'ultima novità emerge dall'elemento più antico e abituale: "La Rivoluzione francese [...] citava l'antica Roma esattamente come la moda cita un abito d'altri tempi" (Benjamin, 1982, p. 96). In un punto, che è il presente dell'osservatore, il passato raggiunge una nuova attualità. Non si tratta del passato per come "è stato davvero", bensì del ricordo che sopravviene in un istante. "Come l'antica Roma": quel "come" è un'implicita presa di distanza dall'antico e un suo costituirsi come immagine del presente. Nelle fulminee citazioni di un passato prossimo o lontano, l'ultima novità acquista senso e grandezza. Tra presente e passato non si stabilisce alcuna linearità, soltanto una fantasmatica prossimità *stilistica*. Al pari delle fotografie, le immagini dialettiche "strappano" gli oggetti dal *continuum* a cui appartengono e conferiscono loro una piena visibilità: "Scrivere storia significa, dunque, *citare* storia. Nel concetto delle citazioni è, però, implicito che l'oggetto storico venga strappato dal suo contesto" (Benjamin, 1982, p. 440). In virtù di una simile contingenza, le immagini dell'osservatore sono storicamente determinate e in nessun modo assimilabili alle "essenze" della fenomenologia: "Ciò che distingue le immagini dalle essenze della fenomenologia è il loro indice storico" (Benjamin, 1982, p. 517). Le immagini si manifestano in un'epoca determinata, quando una circostanza, "carica di tempo" fino a frantumarsi, raggiunge nella mente dell'osservatore un'esposizione chiara e distinta. Nel linguaggio i fenomeni divengono leggibili e raggiungono un più alto grado di attualità: una rappresentazione autenticamente *viva* perché anch'essa contingente e transitoria.

L'immagine dialettica riguarda i rapporti tra presente e passato, su cui ci si è appena soffermati; essa riguarda da vicino anche la tensione che si instaura tra osservatore e fenomeno, un rapporto che supera l'opposizione tra soggetto e oggetto mettendo al centro della riflessione la *rappresentazione* degli eventi.

Le circostanze giungono ad impressionare l'attenzione dell'osservatore quando procurano l'esperienza, spesso impercettibile, della discontinuità del tempo. Lo *choc* istituisce il bisogno volontario (quando l'osservatore vi ritorna ossessivamente) o involontario (quando l'evento evoca un dettaglio che si credeva sopito) del ricordo. La coscienza, che si allinea al ricordo, compie un estenuante lavoro analitico sulle scene e gli stati emotivi, che in principio dimorano disparati o confusi; sfaccettando la materia fino a disgregarne i confini, l'osservatore visualizza in un istante i minuti legami che uniscono (e compenetrano) le differenti parti della riflessione:

Il valore dei singoli frammenti di pensiero è tanto più decisivo quanto meno immediato è il loro rapporto con l'insieme, e il fulgore della rappresentazione dipende dal valore di quei frammenti come lo splendore del mosaico dipende dalla qualità del vetro fuso. Il rapporto fra l'elaborazione micrologica e la forma globale esprime quella legge per cui il contenuto di verità di una teoria si lascia cogliere solo nella più precisa penetrazione dei singoli dettagli di un concetto (Benjamin, 1928, p. 4).

Materia e riflessione si congiungono nella scrittura, e non hanno consistenza al di fuori di questo piano. Allo stesso modo l'osservatore è un'immagine del processo riflessivo: l'immagine di un comune inabissarsi nel pensiero e nei legami tra le cose.

Poiché nelle idee non sono incorporati i fenomeni [...] Tuttavia, esse rimangono oscure là dove i fenomeni non si riconoscono in esse e non si raccolgono intorno ad esse [...] Si pone allora la questione di come raggiungano i fenomeni. E la risposta sarà: nella rappresentazione dei fenomeni stessi [...] La verità è un essere inintenzionale formato di idee. Il comportamento che le si addice è perciò non già un intendere conoscitivo, bensì un risolversi e uno scomparire in essa (Benjamin, 1928, pp. 9-10).

Il rapporto tra immagine ed esperienza è *immediato*. È una forma di *comunicazione indiretta* in cui il fenomeno e la sua esposizione coincidono. Gli eventi che circondano l'osservatore, abitudini e non propriamente oggetti, non si lasciano classificare o riprodurre linearmente, perché in quest'ultimo caso si rinunciarebbe da subito all'ambito della "verità". In un attimo – il linguaggio che nomina i fenomeni e li dispone in una configurazione del pensiero – essi si sottraggono dal corso vuoto del tempo, e divengono leggibili. Allo stesso modo il lettore "afferra" per salto il legame che unisce sottotraccia la riflessione al vissuto: uno stato della mente dovuto o predisposto dalla sempre rinnovata *attualità* che procura l'incedere frammentato della riflessione: ogni punto porterà il segno di ciò che è stato detto in precedenza, in modo che nulla appaia come perfettamente finito, fino a procurare l'impressione che tutto sia presente in una volta: in un istante il lettore raggiunge un'immagine del percorso compiuto, e qui si situa, nella riflessione gnoseologica messa a punto da Benjamin, il più autentico rapporto con la storia.

Le immagini non sono mere articolazioni virtuali. Esse divengono leggibili in un determinato momento, e sono dunque i riflessi del tempo. Anche al termine del percorso, le immagini permangono *in potenza*: come si potrebbe d'altronde bloccare il ricordo di una circostanza vissuta o esaurirne *a priori* il significato e la potenza espressiva. È sempre nel presente che l'osservatore raggiunge un'esposizione dei differenti strati temporali della riflessione. Ad ogni stadio egli presenterà la costellazione dei problemi in cui è immerso sotto un'altra luce: un altro modo di esporre la materia che ricompono l'ordine e il valore delle parti. È il principio della rilettura come momento essenziale della conoscenza: un "addentrarsi" fin dentro le "pieghe" della materia (che è in realtà un modo di "sminuzzare" senza arresto la materia) che sposta ancora un po' in avanti l'angolo di osservazione.

## La comunicazione indiretta

Riporto un passo contenuto nel *Concetto di Ironia* di Kierkegaard, nel quale si distingue tra medio della realtà e medio dell'idea. Esso costituisce il più importante antecedente, e dunque il punto di riferimento, della *Premessa gnoseologica* (Colaiacomo, 2013; Peters, 1999).

Questo affermiamo non per qualche diffidenza verso l'esistenza storica, quasi che il divenire stesso sia identico a una caduta dell'idea, quando invece ne è assai più il dispiegamento [...] una cosa simile

appunto può esser detta della storia, nel senso che ciascun singolo fatto, per quanto evolva, è nondimeno solo un momento, e la somma intera dell'esistenza storica non è comunque ancora il medio assolutamente adeguato dell'idea, essendone piuttosto la temporalità discreta e bisognosa del contraccolpo della coscienza, che volga lo sguardo indietro, faccia a faccia (Kierkegaard, 1841, p. 21).

La distinzione non riguarda una presunta dicotomia tra soggetto e oggetto, che per Kierkegaard è fuorviante. Ad essere messa a fuoco è la tensione che si instaura tra il linguaggio e il fenomeno. Il rapporto tra i due ambiti è di tipo *indiretto*, perché contiene una discontinuità ineliminabile: l'immagine è una proiezione del vissuto, ma al contempo sottrae i fenomeni dal corso vuoto e omogeneo del tempo, conferendo ad essi un nuovo e più alto grado di *attualità*. Kierkegaard tornerà su questa distinzione nel saggio sulla comunicazione etica ed etico-religiosa, ponendo a distanza la comunicazione diretta e la comunicazione indiretta, il sapere e il potere:

Soprattutto io divido così: o si riflette sull'oggetto o sulla comunicazione. Questa distinzione è decisiva per tutto il mio assunto; perché, come si è detto, l'errore fondamentale dei tempi moderni è di occuparsi del "ciò" che si deve comunicare – non di quel ch'è la comunicazione. Se si riflette sull'oggetto, allora noi abbiamo la comunicazione del SAPERE. Se invece non c'è alcun "oggetto" [...] ma si riflette sulla comunicazione, in contrasto alla comunicazione del sapere, noi abbiamo: la comunicazione del POTERE [...] Ogni comunicazione di sapere è comunicazione diretta. Ogni comunicazione di potere è più o meno comunicazione indiretta (Kierkegaard, 1957, pp. 410-411, *passim*).

La critica di Kierkegaard è rivolta a quei discorsi che, presupponendo l'esistenza di un oggetto, offrono di esso una descrizione o una classificazione, spesso compiuta mediante l'applicazione di principi preesistenti all'indagine. Un discorso intenzionale che riproduce la piatta consequenzialità degli eventi (così infatti la storia appare in prima istanza all'osservatore), esibendo un'articolata erudizione e un presunto "controllo" della materia. È un genere di discorso privo di legami con la viva *necessità* dell'io, che soltanto offre un varco nella dispersione dei fenomeni, conferendo loro senso e significati compiuti. Le immagini dell'osservatore riflettono i diversi momenti del vissuto, e solo in seconda istanza esigenze filologiche o storicistiche. Le abitudini si lasciano decostruire in un determinato momento, quando le circostanze raggiungono un tale grado di criticità da frantumarsi ed esplodere in immagini significative. La riflessione, in quest'ultimo caso, non prevede dunque un bagaglio di competenze o una specializzazione, bensì una disponibilità da parte dell'osservatore a formarsi nel mezzo del percorso.

Al contatto con una coscienza riflettente il fenomeno diviene leggibile. Non si tratta di una mera trasposizione linguistica del vissuto. Nella *rappresentazione* stessa dei fenomeni, un estenuante lavoro analitico che "sbriciola" senza arresto la materia, l'osservatore raggiunge un'esposizione compiuta, benché provvisoria, dei processi da cui è attraversato. In *Understanding media*, nella *Metropoli* di Simmel o nei *Passages* di Benjamin, indagini che possiedono lo spessore di una costellazione organica dell'osservatore, il lettore si addentra nella materia senza mai poter distinguere le immagini storiche da quelle del pensiero. Nella scrittura le idee e i fenomeni formano un unico movimento e raggiungono un'esposizione aperta sul lettore. È un ordine del

discorso che conserva sottotraccia il passaggio, avvenuto per salto, dal piano dell'indistinto a quello dell'esposizione compiuta: le tracce e le impronte di un percorso divenuto progressivamente chiaro all'occhio interiore. Il salto temporale che contraddistingue i due stati dell'osservatore è il segno del più alto grado di attualità raggiunto dal fenomeno: le immagini, emerse nel corso della rappresentazione, mai desunte *a priori*, sono così intrise delle più profonde esigenze dell'io. Soltanto all'interno di questo percorso, in cui le singole parti sfaccettano al massimo grado la materia compenetrandosi *a posteriori*, è dato per l'osservatore acquisire un'immagine compiuta della riflessione. Il lettore afferra in un istante quel groviglio di problemi e vi riconosce, ma sotto un'altra luce, i diversi momenti del vissuto. Nell'uso che un lettore – così intimamente modellato dal testo, quasi fosse divenuto una proiezione del discorso (“la comunicazione del potere”) – compie dei frammenti della riflessione, anche in direzione sparsa e isolata, il testo rivive e conserva la sua attualità.

Il ritmo che contraddistingue l'incedere della riflessione è il piano della scrittura, a cui la riflessione si allinea celando le differenze. Lo *stile* diviene, nella immagine qui offerta da Benjamin, la quintessenza della conoscenza:

Se la filosofia vuol conservare la legge della sua forma non come propedeutica alla conoscenza ma come rappresentazione della verità, allora ciò che importa sarà la pratica di questa forma, e non la sua anticipazione sistematica [...] Il suo primo segno caratteristico è la rinuncia a un percorso lineare e senza interruzioni. Il pensiero riprende continuamente da capo, ritorna con minuziosità alla cosa stessa. Questo movimento metodico del respiro è il modo d'essere della contemplazione. Essa, infatti, seguendo i diversi gradi di senso nell'osservazione [...] trae l'impulso a un sempre rinnovato avvio e giustifica nello stesso tempo la propria ritmica intermittente. Come nei mosaici la capricciosa varietà delle singole tessere non lede la maestà dell'insieme, così la considerazione filosofica non teme il frammentarsi dello slancio. Entrambi si compongono di elementi disparati; nulla potrebbe trasmettere con più efficacia lo splendore trascendente dell'icona (Benjamin, 1928, p. 4).

Al ritmo della rappresentazione inerisce una discontinuità temporale, un repentino slittamento dal piano frammentato e non ancora del tutto consapevole delle *minuzie*, in cui la riflessione giace e si espande, al piano della *coscienza*, l'attimo in cui l'osservatore raggiunge un *colpo d'occhio* sui legami che compenetrano le parti:

Durante questo sogno, l'idea scivola via alta e veloce in successione infinita, oppure sta immobile dilatandosi in presenza infinita per lo spazio [...] Il mitico sta nell'indecisione e doppiezza, nello stato intermedio da cui non si sono ancora emancipati gli interessi della coscienza [...] Ma il tempo del mito è in un certo senso passato appena è questione di un'esposizione mitica [...] Appena cioè subentra la coscienza, si mostra che quei miraggi non erano però l'idea (Kierkegaard, 1841, pp. 108-109).

La coscienza conserva le tracce dei momenti che l'hanno preceduta, ma possiede lo spessore di un'*icona* che trascende e al contempo lega le parti di cui è costituito il percorso. La riflessione, frammentandosi, preme verso una risoluzione finale. Al cospetto dell'icona, i momenti che hanno preceduto il sopraggiungere della coscienza assumono d'improvviso le fattezze di un passato. Non si tratta evidentemente di ciò che è spento o morto, bensì del passato della coscienza: un sostrato della riflessione divenuto come per

soprassalto immediatamente chiaro e distinto. “Miraggi”, perché la coscienza costituisce un piano ulteriore rispetto ai frammenti che “popolano” il percorso; appena la coscienza subentra e si emancipa, i diversi momenti si dispongono in una configurazione compiuta di senso: d’un tratto quei tentativi condotti in “successione infinita” o “in presenza infinita per lo spazio”, il dispiegarsi frammentato e minuzioso della riflessione, raggiungono un comune piano di proiezione.

Al contatto con una coscienza riflettente il fenomeno si sottrae dal corso vuoto e omogeneo del tempo, l’immagine di un accumulo di rovine che la storia lascia al suo passaggio. Le minuzie, spinte alle massime potenzialità espressive, raggiungono un elevato grado di perfezione stilistica, e mostrano una profonda quanto inattaccabile compenetrazione interna. In un istante l’osservatore lancia uno sguardo d’insieme sulla varietà dei frammenti che hanno costituito il percorso e che adesso compaiono come i “gangli vitali”, insostituibili, di esso. Nessuno dei momenti di cui la riflessione è costituita, anche al termine del percorso, è da considerare come perfettamente finito, dal momento che la loro viva e costante compenetrazione è l’immagine di un processo compiuto ma ancora in potenza.

Istituendosi, la coscienza compie uno sdoppiamento tra l’io e il vissuto, attimo in cui l’evento (che continua a contrassegnare la vita quotidiana) raggiunge lo spessore di un’immagine. È un potenziamento delle capacità analitiche ma anche un improvviso arresto del vissuto (“una dialettica in posizione di arresto” o “una dialettica nell’immobilità”): una rappresentazione “mortifera” e, come tutto il resto, transitoria. Le immagini dell’osservatore non appartengono né si inseriscono in una tradizione codificata. Per questo esse sono autenticamente vive, ma anche il riflesso della solitudine a cui l’abitante della metropoli è abbandonato. Le immagini sono i lasciti di un viaggio che il singolo compie logorando il proprio stesso corpo nel mentre “la collettività cade o sprofonda in un sonno sempre più profondo”.

La scrittura si approssima, in questo ordine di ragionamento, alla tecnica del *montaggio*:

La difficoltà che inerisce a una simile rappresentazione dimostra che essa è una forma congenitamente prosaica. Mentre l’oratore sostiene le singole frasi con la voce e con la mimica anche là dove non sarebbero in grado di reggere da sole, e le connette in un flusso unitario di pensiero – spesso incerto e vago – quasi stesce abbozzando d’un sol tratto un disegno di ampio respiro, è proprio della scrittura fermarsi e ricominciare da capo a ogni frase. La rappresentazione contemplativa deve osservare più di ogni altra cosa questo principio. Essa non si propone di trascinare ed entusiasmare. Essa è sicura del fatto suo solo quando costringe il lettore a fermarsi nelle “stazioni” del percorso (Benjamin, 1928, pp. 4-5).

La riflessione lascia intravedere il punto focale da cui si muove, ma al contempo rivela una tensione a *mostrare* gli eventi che invadono la scena, senza mai appropriarsi di stralci ed espressioni ingegnose, o mettere in atto strategie volte a convincere il lettore. L’*enjeu* sta infatti nell’inserire, “incastrare”, quest’ultimo in un ordine di ragionamento.

Il solo strumento a cui la scrittura fa ricorso, sia sul piano dottrinale che educativo, è la citazione di un passato prossimo o lontano: “Poiché, mentre la relazione del presente con il passato è puramente temporale, continua, la relazione tra ciò che è stato e l’ora è

dialettica: non è un decorso ma un'immagine discontinua, a salti" (Benjamin, 1982, p. 516). Le citazioni di testi o immagini del passato sono parte integrante della riflessione, e non costituiscono un ornamento del discorso. Da queste "presenze" la riflessione trae nuovo impulso in una immediata attualizzazione delle problematiche antiche, istante in cui l'osservatore afferra ulteriori e decisivi dettagli del fenomeno.

Le *minuzie*, al contempo materiali e del pensiero, sono i nodi in cui la riflessione giace e si espande fino a creare una costellazione di momenti essenziali. Sfaccettando e "tagliando" la materia fino a mostrarne i dettagli, le minuzie si addentrano in essa con un fulgore e una profondità incomparabili. Nella rappresentazione, e nell'ossessione di chi riflette, le minuzie sprigionano la loro potenza espressiva determinando molteplici e inedite connessioni, che costituiscono in ultimo il tratto distintivo e peculiare della ricerca.

Nessuna fiducia, piuttosto il *tormento* si addice a chi intraprende un percorso senza avere punti di riferimento, né tantomeno un'idea della conclusione. Una sorta di primitività (di secondo grado) si impossessa dell'osservatore: una disponibilità a ripartire dall'ultima occasione, circostanza. Anche al termine del percorso, quando la riflessione avrà raggiunto un'esposizione compiuta, essa porterà il marchio distintivo e refrattario della singolarità. La difficoltà che inerisce alla comunicazione indiretta sta nel pretendere dal lettore una uguale disponibilità: essere a tal punto malleabili da lasciarsi "divorare" dalla *koinè* "bandita" nel testo. È il contrario pertanto della facilità con cui gli altri comunicano e sono intesi; la mera trasmissione di informazioni impone una superficie piatta e liscia, in cui da subito è dato partecipare, ma senza che vi sia nulla in palio o in gioco.

La *serietà* che contraddistingue il percorso dell'osservatore sarà di tutt'altro tipo rispetto alla chiarezza che deriva dalla sequenzialità di un discorso mosso da intenzioni prestabilite. Sarà una serietà di grado maggiore, dovuta, da un lato, alla tenacia con cui si persegue la perfezione stilistica dei frammenti, in una scena in cui risalta fortemente il contrasto tra l'apparente dispersività delle parti e il rigore con cui questi vengono "tenuti" e "ricondotti", e dall'altro, alla capacità di sapersi dissociare dall'immagine finale.

La *chiarezza* a cui si fa riferimento non coincide con l'ordine logico del discorso. È l'immagine di un percorso divenuto progressivamente evidente agli occhi di un osservatore. Ad essere messo al centro è il percorso stesso, l'insieme di relazioni determinatesi tra le parti lungo l'incedere della riflessione. La chiarezza emerge e risalta quando l'autore e il lettore, accomunati dalla medesima *koinè*, rifuggono le espressioni ingegnose, le categorie e le formulazioni scolastiche, tutto quell'armamentario che prende così alla lontana il fenomeno da mancare ogni attualità. L'autore e il lettore privilegeranno al contrario i minuti legami tra le cose, i modi di legare i ragionamenti: uno stato del pensiero che rivela la conoscenza e il rigore raggiunti dall'osservatore.

## La scrittura e le immagini

Sarà McLuhan, quarant'anni dopo circa, ad attualizzare le problematiche gnoseologiche aperte da Benjamin, mettendo in rilievo l'opposizione qualitativa che separa la scrittura

dall'immagine: "Sembrava allora che il messaggio fosse "il contenuto" e la gente soleva chiedersi cosa volesse rappresentare un quadro, anche se non si poneva mai questa domanda a proposito di una melodia, di una casa o di un abito, in quanto per queste cose conservava un certo senso dello schema generale, cioè dell'unità tra forma e funzione" (McLuhan, 1964, p. 21). Le circostanze modellano nuove configurazioni sensoriali, da cui discendono in seconda istanza i modi e le funzioni della psiche. La vista, che la scrittura mette in risalto a discapito di altri sensi, è il principio attorno a cui si organizza un mondo virtuale antitetico rispetto a quello inaugurato dalla fotografia. Il ruolo assegnato da McLuhan ai sensi come origine della vita psichica (e sociale) è affine al ruolo svolto dallo *choc* nella quotidianità: è il risultato di uno scontro epocale in cui la scrittura perde terreno rispetto alla potenza delle immagini: taglienti, frammentate e contingenti, le immagini percuotono lo spettatore generando reazioni in cui avviene una simultanea compresenza della mente e del corpo. Da questi effetti preliminari, che percorrono il corpo dell'osservatore come un lampo, si diramano le immagini mentali, che costituiscono, nel corso della vita quotidiana, i tasselli e i frammenti della storia psichica individuale. Come i media nella storia delineata da McLuhan, così le immagini non godono di alcuna autonomia: sin da principio esse sono il riflesso, le protesi dello spettatore: "Ogni invenzione o tecnologia è un'estensione o un'autoamputazione del nostro corpo, che impone nuovi rapporti o nuovi equilibri tra gli altri organi [...] E solo stando al di fuori del medium che se ne possono riconoscere i punti e le linee di forza" (McLuhan, 1964, p. 51). I media percuotono lo spettatore, sospingendolo verso una nuova illusione. A ciascuno di questi salti o passaggi (scrittura, fotografia, televisione) corrisponde particolari configurazioni dei sensi e della psiche: nuove assuefazioni, che impediscono la vista del vuoto, ma anche nuove amputazioni, che ridisegnano con forza la scala e le gerarchie della sfera pubblica o privata. La collettività vive gli effetti del medium distrattamente, nello scorrere indistinto del tempo. Al contatto con una coscienza riflettente, il medium rivela una configurazione compiuta di senso. Quel vissuto, distratto e inconsapevole, apparirà agli occhi dell'osservatore (che, abbandonato, compie un viaggio nei lati più nascosti e reconditi della vita quotidiana) come il dispiegamento di una narcosi: l'assuefazione si insinua insensibilmente, senza trovare resistenza, mentre il tempo (o il medium), al pari di uno stupefacente, d'improvviso si dilata, espandendosi per interne gemmazioni (Belting, 2001; Calleja, 2011). Giunto al culmine di un percorso accidentato e frammentato – nel corso del quale le immagini, che si erano stratificate lungo l'incedere della vita quotidiana, si dispongono ora, per mezzo della scrittura, in una costellazione compiuta – l'osservatore perviene ad una rappresentazione del fenomeno.

### **Nota Biografica**

Antonio Rafele svolge attività di ricerca presso il CEAQ, Università di Parigi La Sorbonne. Ha pubblicato il volume *Representations of Fashion. The metropolis and mediological reflection between the nineteenth and the twentieth centuries* (San Diego University Press, 2013).

## Bibliografia

- Abruzzese, A. (2003). *Lessico della comunicazione*. Roma: Meltemi.
- Barthes, R. (1980). *La Chambre claire*. Paris: Gallimard.
- Belting H. (2001). *Bild-Anthropologie. Entwürfe für eine Bildwissenschaft*. München: Fink; trad. it. (2013). *Antropologia delle immagini*. Roma: Carocci.
- Benjamin W. (1920). *Der Begriff der Kunstkritik in der deutschen Romantik*. Bern: Verlag A. Francke; trad. it. (1982) *Il concetto di critica nel Romanticismo Tedesco*. Torino: Einaudi.
- Benjamin W. (1928). *Ursprung des deutschen Trauerspiels*. Berlin: Rowohlt; trad. it. (1998) *Il dramma barocco tedesco*. Torino: Einaudi.
- Benjamin, W. (1936). *Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit*. Suhrkamp Verlag; Frankfurt am Main; trad. it. (2000) *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica*. Torino: Einaudi.
- Benjamin W. (1982). *Das Passagenwerk*. Suhrkamp Verlag; Frankfurt am Main; trad. it. (2002) *I "passages" di Parigi*. Torino: Einaudi.
- Calleja G. (2011). *In-Game. From Immersion to Incorporation*. Cambridge: MIT Press.
- Colaiacono C. (2013). *Il poeta della vita moderna. Leopardi e il Romanticismo*. Roma: Luca Sossella.
- Crary J. (2000). *Suspensions of Perception: Attention, Spectacle and Modern Culture*. Cambridge: MIT Press.
- de Certeau, M. (1980). *L'invention du Quotidien. Vol. 1, Arts de Faire*. Paris: Union Générale d'éditions.
- Kierkegaard, S. (1841), *Om Begrebet Ironi med stadigt Hensyn til Socrates*, P.G. Philipsen Forlag; trad. it. (1995). *Sul concetto di ironia, in costante riferimento a Socrate*. Milano: Rizzoli.
- Kierkegaard, S. (1847). *Den ethiske og den ethisk-religieuse Meddelelses Dialektik*. København: Munksgaard, 1909-48.
- Kierkegaard, S. (1957). La dialettica della comunicazione etica ed etico-religiosa. *Studi kierkegaardiani* (pp. 356-413). Brescia: Morcelliana.
- Leopardi, G. (1898-1900). *Zibaldone*. Milano: Arnoldo Mondadori Editore.
- Lombardo, P. (2003). *Cities, Words and Images. From Poe to Scorsese*. London: Palgrave MacMillan.
- Man, P. de. (1979). *Allegories of Reading: Figural Language in Rousseau, Nietzsche, Rilke, and Proust*. New Haven: Yale University Press.
- McLuhan, M. (1964). *Understanding Media: The Extensions of Man*, New York: McGraw Hill; trad. it. (2002) *Gli strumenti del comunicare*. Milano: Net.
- Peters, J. D. (1999). *Speaking Into the Air: A History of the Idea of Communication*. Chicago: University of Chicago Press.
- Pinotti, A. (1999). *Piccola storia della lontananza. Walter Benjamin storico della percezione*. Milano: Raffaello Cortina.

- Simmel, G. (1903). *Die Großstädte und das Geistesleben*. Dresden: Petermann; trad. it. (1995) *Le metropoli e la vita dello spirito*. Roma: Armando.
- Simmel, G. (1905). *Philosophie der Mode*. *Moderne Zeitfragen*, n. 11, pp. 5-41; trad. it. (1998) *La moda*. Milano: Mondadori.
- Somaini, A., Pinotti, A. (2016). *Cultura visuale. Immagini, sguardi, media, dispositivi*, Torino: Einaudi.

## Benjamin e il medium romanzo\*

Donatella Capaldi\*\*

Sapienza Università di Roma

Giovanni Ragone\*\*\*<sup>1</sup>

Sapienza Università di Roma

Walter Benjamin first described and understood media historical evolution in a holistic way. Analysing his attitude towards the novel, the most important genre of modern literature, is crucial for deepening Benjamin's theories. This paper shows his critical process from youthful approach to Dostoevsky, influenced by his studies in Romanticism and by Lukács, and based on a double interpretive level: the "material content" and the "truth content" of a work of art, and its form as an open fragment within the dynamics of knowledge. In addition, it highlights Benjamin's metaphoric structure discovery of space and objects until his first sociological insights at the end of the twenties. At that time he was particularly interested in the writing development, the literary genres and the popular culture ones, the collective imagery and information power. Finally, the paper focuses on the Benjamin's media theoretical framework, when he seemed to shift his attention especially to cinema in his most famous essays (1934-1936). Even if his position on the novel was quite negative in his last years, the novel remains a relevant critical counterpoint. Indeed, Benjamin concentrated throughout the thirties on literacy narrative hypothesis according to media hybridization and montage practice, to the restoration of epic communication patterns and to Kafka's prophetic and fully metaphorical tales.

**Keywords:** Novel, Media, Benjamin, Cultural Industry, Imaginery, Metaphor.

"... sono infinitamente (precisamente) in connessione"  
(Hölderlin, Pindar-Fragmente)

## Il doppio fondo del romanzo

Nel primo breve scritto di Benjamin su L'idiota, nel 1917, si condensa l'idea del romanzo come struttura a doppio fondo che resterà a presidiare le successive svolte teoriche, fino a una interpretazione compiutamente mediologica. Il punto di partenza, o il centro di gravità, del ragionamento è in una celebre formula di Novalis: "Ogni opera d'arte contiene un ideale a priori, una necessità di esistere" (Novalis, 1797, p. 231). Occorre attraversare un confine, saltare oltre la vicenda apparente, oltre la "ripugnante crosta di psicologia spicciola" e i cliché del romanzo di genere, che Dostoevskij sapeva gestire con

---

\* Articolo proposto il 15/10/2017. Articolo accettato il 15/11/2017.

\*\* Email: donatella.capaldi@uniroma1.it

\*\*\* Email: giovanni.ragone@uniroma1.it

(metaforica) perseveranza, trascinandovi il lettore. Così è il destino – degli uomini e del popolo russo – il territorio autentico dell'Idiota: “Il destino profondo degli individui, fluttuante nella propria aura, è iscritto da Dostoevskij nel medium mitico del destino del popolo russo” (OC1, 1917a, p. 305). Un destino che si nasconde nel vagare straniato del principe Myškin - inesperto, ingenuo e malato - tra ambienti mondani e convenzioni sociali, tra conversazioni stereotipate e chiacchiericcio “da romanzo di genere inferiore”, nella sconsolante contrarietà di amici e conoscenti, scandalizzati dal suo comportarsi da “idiota”. Myškin non è un soggetto “forte” temprato dalle esperienze del romanzo di formazione, anzi, appare senza orientamento e senza scopo; ed è centrale per Benjamin proprio il suo isolamento, incalzato dagli eventi: la vita, con la sua continua tensione, si appropria della sua solitudine, in un “dispiegarsi infinito che però non si risolve”, verso il quale Myškin rimane sempre indietro (OC1, 1917a, p. 306). La sua purezza d'animo, lo sguardo ingenuo e immediato, l'incostanza, sono dunque una allegoria della Russia contemporanea...

Che l'opera d'arte sia coincidenza di un doppio piano, un contenuto reale e uno nascosto, è l'intuizione che il giovane Benjamin ha formalizzato già nel 1915, esaminando due poesie di Hölderlin: *Dichtermut* (Il coraggio dei poeti) e *Blödigkeit* (Timidezza), sulla scia della stessa citazione di Novalis: la “verità” della poesia, l'apriori da cui essa scaturisce, è il *Gedichtete*, il “poetato”, quel territorio-limite che segna il passaggio dalla vita alla poesia, e ne costituisce la premessa, delimitando e formando il medium poetico:

Nella sua forma universale il poetato è unità sintetica dell'ordine intellettuale e di quello intuitivo. Questa unità viene ad assumere una figura particolare, quando si configura come forma interna della particolare creazione (OC1, 1915, p. 218).

L'affinità tra il poetato e la verità è visibile soprattutto in *Timidezza*, nella coincidenza tra divinità, viventi, poeta e destino secondo una legge di identità, che elimina le gerarchie mitologiche tra dei e uomini: la loro compenetrazione reciproca è il *mitico*, ossia quella trama di relazioni “nel quale l'identità dell'essere singolo è funzione di una catena infinita di serie, dove si dispiega il poetato” (OC1, 1915, p. 224). E le connessioni mitiche vengono intrecciate nell'opera d'arte in una forma unica: nel *Gedichtete*, che è “la premessa della poesia, come sua forma interna, come compito artistico” (OC1, 1915, p. 220), è impossibile isolare unità singole, perché esso deriva dall'insieme delle relazioni tra arte e vita (v. Palma, 2006).

Ora per Benjamin non solo la poesia ma anche il medium romanzo si snoda su un doppio livello, spingendo occultamente la vaghezza e semplicità di Myškin nella costellazione mitica del destino del giovane popolo russo, caduto secondo Dostoevskij in uno stato di dissociazione culturale, e arenato nella “vana” Europa. E il *mitico*, la “verità” dell'opera d'arte come medium, si cela all'interno di un groviglio di tipi “incollati l'uno sull'altro”, di psicologie spicciole e codici linguistici stereotipati: quel flusso “inautentico” che tracima nel romanzo.

La stessa struttura a doppio livello caratterizza più in generale la lingua, il medium della comunicazione. In un altro breve scritto giovanile (*Sulla lingua in generale e sulla lingua*

dell'uomo) B. distingue: lo strato della "ciarla", della parola come mezzo, della parola vana (la babele posticcia che circonda Myškin!), intesa come comunicazione / trasmissione di informazioni che avviene attraverso la lingua; e lo strato originario in cui l'essere spirituale si dà immediatamente nella lingua come specifica infinità, residuo della lingua edenica che nomina originariamente le cose ("l'immediatezza nella comunicazione del concreto, il nome": OC1, 1916a, p. 295). Il rapporto tra le lingue consegue dalla loro traducibilità. Ma tradurre è anche misurarsi con ciò che non ha nome, con la lingua allo stato nascente, muta, residuo della Creazione. Perché "... la lingua non è mai soltanto comunicazione del comunicabile, ma è anche simbolo del non-comunicabile" (p. 293), ossia del lato simbolico del linguaggio collegabile al segno. E sintomaticamente, in appendice (OC1, 1916b), compare lo schema seguente:

Lingua → Traduzione-Traduzione della lingua (Romanzo).

Così, nell'Idiota, "di fronte al linguaggio assente del fanciullo si dissolve, per così dire, il linguaggio degli uomini di Dostoevskij" (OC1, 1917a, p.308). E così nel geniale Balzac – osserva B., sempre nel 1917 – le grandi realtà metafisiche muovono l'ordine geometrico della narrazione (OC1, 1917b). In seguito, il ragionamento di Benjamin sulla struttura a doppio fondo del medium matura soprattutto nel lungo saggio sulle Affinità elettive di Goethe, del 1922. Nel romanzo goethiano il "contenuto di realtà" sembra consistere sia nel tema del matrimonio come vincolo: l'unione tra Eduard e Charlotte, incrinatasi per l'arrivo nel loro castello di due ospiti, la giovane Ottilie e il Capitano, Otto; sia nel tema delle forze naturali di attrazione chimica, che rimescolano le coppie per affinità: Eduard con Ottilie e Charlotte con Otto. Ma il conflitto fra matrimonio e attrazione, o tra dovere e inclinazione è il vero significato dell'opera? Il critico deve fermarsi al "commentario" (sul "contenuto di realtà"), o deve piuttosto ritenerlo un punto di partenza? In effetti un altro nucleo di verità, occulto, sostanzia le vicende "reali", e coincide con le potenze mitiche dell'opera: "... Tutto ciò che è umano diventa fenomeno", osservabile dentro il testo, ma "come essenza rimane il mitico" (OC1, 1922, p. 531).

Lo strato mitico delle Affinità goethiane è dato, secondo il saggio di B., dalle forze telluriche della natura, sotto le quali soccombono i protagonisti: essi vorrebbero dominarle, ma sono consci della loro impotenza: "Fin dall'inizio i personaggi sono in balia delle affinità elettive. Ma i loro impulsi misteriosi fondano [...] non l'intimo accordo spirituale degli esseri, ma solo la peculiare armonia degli strati naturali profondi". Le forze sovrumane del mito spingono la vicenda fino alla forma originaria del sacrificio di Ottilia, espiatorio e anticipato da simbolismi di morte. Mentre per gli abbandonati "non è l'amore ad essere originario, originaria per la loro è la situazione nella quale le antiche forze sacramentali del matrimonio, che va in rovina, mirano ad annidarsi tra loro come forze mitiche, naturali" (OC1, 1922, p. 602).

L'idea del doppio livello come forma costitutiva e generativa del romanzo non verrà più abbandonata da Benjamin. Il contenuto di verità (mitico) condivide gli stessi diritti dell'accaduto, degli eventi raccontati, del contenuto di realtà, e fa germinare i suoi semi nel

primo (che è la sua apparenza); pur rimanendo celato in esso ne è la condizione, e concorre alla durata e alla permanenza dell'opera (OC1, 1922, p. 541).

Ma anche al suo fluttuare, al suo oscillare. In un appunto successivo alle riflessioni sull'Idiota l'attenzione si concentra sui continui cedimenti e slittamenti che caratterizzano i personaggi, e sul dualismo dinamico che segna il ritmo della narrazione: "In questo romanzo c'è un movimento simile al disfarsi e all'essere frettolosamente raccolto di un fascio". Il medium è sottoposto ad ogni tipo di sollecitazione: dal movimento del "raccoliere", dal punto di vista di Myškin che conserva l'innocenza dell'infanzia, al suo rapido "disfarsi", dal punto di vista del pubblico. E il senso di straniamento e dispersione è incorporato nel protagonista, proiettato sul suo simulacro "mitico" interiore, ma percepito dal lettore - verso l'esterno - nei suoi frammenti. Così si crea un movimento (apparentemente) oppositivo, una oscillazione pulsante, e una resa spettacolare, non solo nel testo, ma tra testo e pubblico, fra autoproduzione e autoannullamento (OC1, 1921). L'effetto, come Benjamin rimarca ancora nel 1927, in chiosa a una recensione del Cameriere di Ivan Šmelëv, è che finito un libro di Dostoevskij "devo riprendere coscienza di me stesso come se mi svegliassi [...] Poiché Dostoevskij incatena la mia coscienza e la trasporta nel terribile laboratorio della sua fantasia, la espone a eventi, visioni e voci in cui mi diventa estranea, e si dissolve". La coscienza del lettore si arrende, prigioniera dei personaggi, anche dei minori. Una perdita di controllo di coscienza che non avviene in Stendhal, Flaubert, Dickens e Keller: essi "predispongono romanzi come case da cui si può uscire all'aperto, si può restare sé stessi anche in maniera diversa" (OC2, 1927a).

L'idea del farsi e disfarsi oscillatorio come meccanismo narrativo derivava dall'estetica romantica, oggetto già all'inizio del 1917 della tesi di dottorato di Benjamin: uno studio sulla 'medialità' nel primo romanticismo che si riverbera decisamente nelle sue posizioni giovanili sul romanzo. I primi romantici come Friedrich Schlegel e Novalis scelsero come oggetto di riflessione l'arte, e non l'io che pensa l'assoluto - il "pensiero del pensiero" di Fichte. Solo l'attività di pensiero del soggetto, la riflessione, può contenere il mondo: essa "costituisce l'assoluto e lo costituisce come medium" (OC1, p. 376). E il romanzo, che per i primi romantici è la più alta espressione della poesia, la più alta delle forme simboliche, è al centro di quella 'medialità', in cui la riflessione del magma spirituale si addensa istantanea in una forma. Tra la forma, che è l'apparizione oggettivata della riflessione, e l'opera d'arte, che ne diviene essenza, si sviluppa una continua tensione: catene di pensiero si aggregano e si disgregano, seguendo infinite nuove combinazioni. Fra le teorie del primo romanticismo, quella che più colpisce Benjamin riguarda proprio l'ars combinatoria della riflessione che si attuerebbe nel romanzo; l'universo che pulsa nell'opera e la sostanza non riproduce infatti idealisticamente il dispiegamento dell'assoluto, ma si muove secondo processi di relazione, in una rete di connessioni senza fine, di *arabesque*, che collega l'infinita molteplicità di modi che caratterizzano il fenomeno: "Per Schlegel e Novalis, l'infinità della riflessione non è, in primo luogo, una infinità del processo, ma un'infinità della connessione" (OC1, 1917, p. 367). Come nel passo di Hölderlin che abbiamo collocato in esergo: "infinitamente (precisamente) in connessione...

L'opera è infatti per i primi romantici un frammento che pur provvisoriamente concluso rimane a valenza aperta, illimitato rispetto alla dinamica infinita del farsi della riflessione.

L'impulso a costituire nell'opera artistica la sua relazione con l'idea, pur nel disgregamento dei gangli che questo confronto comporta, è guidata dal principio di ironia: la spinta infinita si autodelimita "precisamente" in un oggetto finito, proprio perché i ritmi ininterrotti del pensiero, mentre si collegano in una nuova unità, trapassano intanto nella sua autodissoluzione "ironica". Gli *arabesque* (la riflessione dell'infinito) trovano unità solo nella molteplicità delle forme (dove il prototipo è la Lucinde, il romanzo di Schlegel: OC1, p. 434). Questa è la stessa tesi che Benjamin riversa nelle osservazioni sulla oscillazione ironica tra autoproduzione/autoannullamento nel protagonista dell'Idiota e nella sua relazione con il popolo russo: dall'infanzia ferita di entrambi potrebbe dispiegarsi la vita, ma solo nell'inabissamento in un "cratere", che diviene al tempo stesso possibilità di riscatto.

Poiché mancano la natura e l'infanzia l'umanità può essere raggiunta solo nella catastrofe, con l'autodistruzione. Il rapporto della vita umana con il vivente, ancora all'interno della sua morte, l'incommensurabile abisso del cratere da cui potrebbero, un giorno, scaricarsi violente forze umanamente grandi, è la speranza del popolo russo (OC1, 1917a, p. 308).

Secondo le idee primo-romantiche il romanzo non corrisponde all'aspirazione nostalgica di una unità ideale irraggiungibile, né a un passaggio dall'idea-archetipo alle opere (un "torso incompiuto", come teorizzava Goethe). Ma è piuttosto una *partecipazione* agli archetipi (a questo corrisponde nel giovane B. l'idea di *medium*), un momento transeunte nella forma trascendentale del vivente, anche casuale o equivoco, e anche in modi lontani da ogni bellezza. E al concetto di opera si lega indissolubilmente quello di critica: l'atto interpretativo rimette in moto il sistema della riflessione, immette il critico nel suo movimento infinito, e riaccende la vita dell'opera, individuando come la riflessione è assolutizzata (e dissolta) nel medium artistico. Friedrich Schlegel non si proponeva di dare un "giudizio" sul Wilhelm Meister di Goethe, ma di individuare il "metodo del suo compimento", di scoprire cioè "le segrete disposizioni dell'opera". E di "compiere le sue nascoste intenzioni" (OC1, 1919, p. 405). Tutto questo è all'origine del metodo di Benjamin, del suo tentativo di conoscere per "sprofondamento", fluttuando nell'indagine intorno alla metafora strutturale, al doppio livello che è "la verità dell'opera" (Maj e Messina, 2000; Salonia, 2011; Chang, 2014). Ed è all'origine del concetto di "aura", che già nel saggio su Dostoevskij del 1917 si manifesta come oscurità, mistero: il non pienamente definito, l'attrazione fatale dei personaggi del romanzo, tutti in qualche modo "idioti" perché fluttuanti in una logica altra rispetto alla banalità dell'azione, in cui pure sono completamente coinvolti.

Un anno prima, nel 1916, Lukács concludeva la Teoria del romanzo con un incompiuto accenno a Dostoevskij. Ne avrebbe spiegato i motivi solo nel 1962: la parabola storica della forma narrativa in cui la modernità si era rappresentata per secoli era ormai esaurita; l'arte poteva allora solo restituire l'immagine "di un mondo fuori dai suoi cardini..." e della perdita irreversibile della "spontanea totalità dell'essere". Perciò Dostoevskij "non ha scritto alcun romanzo". Il suo racconto di un uomo "polemico e problematico", alla ricerca della

viva immanenza del senso, di un modo di elevarsi dal groviglio del quotidiano, “dall’insostanziabile autogenerazione di un mondo di macerie”, dal germinare continuo dei generi, non poteva più essere opera “totale”. Sia dell’epica che del romanzo possono darsi, da allora, solo frammenti (Lukács,1916). Ma per Benjamin il discorso chiuso dal testo capitale di Lukács – di cui è un attento lettore, almeno dai primi anni Venti – rimarrà aperto. Esistono ancora vie del romanzo in grado di rappresentare la “tragedia” (o l’entropia) della metropoli? Può darsi, nel mondo ipermediatizzato, una ridefinizione non subalterna delle funzioni e delle forme del narrare?

## Il romanzo come medium di massa

Quando il tema del romanzo inizia dopo una non breve pausa (1918-1925) a ricomparire nell’orizzonte benjaminiano, le modalità delle sue ricerche sono cambiate. Al centro, non sono più né le motivazioni dei personaggi, né le strutture concettuali, ma le osservazioni sugli spazi, disseminate tra il 1926 e il 1929 in alcuni frammenti di *Strada a senso unico*, in uno stile che poi si travaserà nel *Passagenwerk* (Axer, 2012). E gli oggetti di cui B. intende ragionare - a parte una recensione piuttosto svogliata di un romanzo sovietico (OC2, 1927h) - sono ora tra i più popolari, per esempio quei gialli “nel cui centro dinamico sta il terrore suscitato dalla casa. La disposizione dei mobili è l’insieme a mappa delle trappole mortali, e la fuga delle stanze prescrive alla vittima l’itinerario della sua propria fuga”. Gli ambienti, infatti, funzionano nei gialli direttamente come forme estetiche, simbolico-sociali. Così le stanze *fin de siècle* di Edgar Allan Poe, “sovraccariche d’intagli, gli angoli senza sole occupati dal palmizio, la verandina dietro la barricata della balaustina, e i lunghi corridoi col sibilo della fiamma a gas... degna dimora soltanto di un cadavere”: ossia l’immaginario della “casa borghese, anelante all’assassino senza nome come una vecchia lasciva al suo ganzo”: il genio di Poe anticipa – come sarebbe accaduto in seguito a Baudelaire e Dostoevskij - ambienti e personaggi che sarebbero esistiti solo in tempi successivi; ma anche altri testi, benché sottovalutati perché “di genere”, da Conan Doyle a A.K. Green al *Fantasma dell’Opera* di Gaston Leroux, aprono squarci su “una porzione del pandemonio” della metropoli ottocentesca, e sulla sua entropia verso l’estinzione (OC2, 1926-1927, pp. 412-413). Più tardi, nel 1930, in chiave più dichiaratamente mediologica, la fuga di stanze viene messa in relazione alla situazione del lettore di gialli in treno, alle prese con l’“imprevedibile fuga di soglie spaziali e temporali lungo le quali il viaggio procede”, e col tentativo di “stordire l’una paura con l’altra”. La domanda (la paura) del lettore dà allora luogo a quella struttura dei racconti “fortemente ritmati e sincopati le cui stazioni si passano al volo, con l’orologio alla mano, come i buchi di provincia che sono lungo il percorso” (OC4, 1930a). E sempre basata sulla metafora spaziale e temporale è una recensione pubblicata nel 1928 su *Mont-Cinère* di Julien Green, un bestseller dell’epoca: la vicenda si svolge in ambienti “inenarrabili... come le tristi case-castello di Poe”, sfruttando gli effetti di “un brusco cambio di temperatura” che “coglie all’improvviso il lettore”, illuminando fulmineamente “le radure dei tempi – l’una dopo l’altra, scialbe e

fuggevoli”, mentre la casa diventa una fuga di grotte e gallerie che si perdono nei primordi dell’umanità”. Dunque, secondo Benjamin, il doppio fondo della narrazione si cela anche qui nella struttura spaziale: se le architetture moderne vogliono liquidare le forze magiche, nelle case e nelle camere, trasformandole in meri ambienti d’uso, l’intuizione del romanziere le resuscita in un mondo di saga, sotterraneo:

L’abitazione è dunque ancor sempre una tana, l’abitare è ancor sempre un accadere pieno di angoscia e di magia, che forse non è mai stato più distruttivo di quanto sia sotto il manto dell’esistenza civilizzata e del piccolo mondo borghese-cristiano? ... Una razza umana, una stirpe leggendaria che nella tragedia greca spezza per la prima volta la catena del mito (la tragedia non è altro che questa breccia), qui, nel mezzo del chiarore spettrale e della fredda obiettività del secolo scorso, sprofonda nuovamente nella sua esistenza più oscura, più legata, più priva di prospettive. In tal modo è potuto accadere questo fatto straordinario: un romanzo ha raggiunto la necessità della tragedia antica, anzi una necessità più disperata e rigorosa (OC3, 1928, p. 216).

Sempre su Mont-Cinère, un riferimento alla “preistoria del XIX secolo, i cui monumenti ci parlano, dopo il surrealismo, in modo sempre più comprensibile...” allude al lavoro iniziale per il *Passagenwerk*, ossia al tema della metropoli come coacervo di strutture, linguaggi e media, luoghi ed esperienze percettive; spazi (e rovina) di cui è possibile intuire il senso. E allo stesso modo in un’altra recensione su Berlino segreta di Franz Hessel, B. elogia la tecnica narrativa di quel libro, basata su un assemblaggio di immagini della città, che contengono in sé “come celle la misura degli avvenimenti”, “che è quella delle figure di una danza”. Una tecnica che Hessel, “un poeta [...] esperto di soglie, in mezzo al mare di case”, porta nelle vicinanze del fotomontaggio: casalinghe, artisti, signore, negozianti, intellettuali, con le ombre delle maschere di Platone e di Menandro che si sovrappongono a loro, in una specie di commedia musicale alessandrina; con il dono di tenere insieme le metropoli che invecchiano, fra le rovine del secolo passato, e l’evocazione dell’antico (OC2, 1927b).

In parallelo alle analisi sugli spazi, di nuovo a un frammento del 1926 o 1927 di *Strada* a senso unico risalgono i primi ragionamenti mediologici di B. sulla scrittura, sul libro e sull’immagine: “la modernità (il nostro tempo) si contrappone in particolare all’epoca della stampa, quando la Bibbia divenne pratica e patrimonio popolare”. Ma è un’epoca giunta alla fine, e insieme ad essa anche “la struttura del medium libro va incontro alla sua fine” (OC2, 1927c, p. 423). Lo ha ben compreso Mallarmé, tentando di incorporare nella pagina a stampa la tensione grafica della *réclame* (e in seguito, meno consapevolmente, i dadaisti). La scrittura, “coricata nel leggio del manoscritto e stesa nel libro a stampa”, è stata tuttavia per secoli autosufficiente, autonoma; ora viene “trascinata inesorabilmente nelle strade e assoggettata alle brutali eteronomie del caos economico”, e “torna altrettanto lentamente a risollevarsi da terra: il giornale più ritto, il cinema e la pubblicità in dittatoriale verticalità. [...] È questo il severo tirocinio della sua nuova forma”; mentre l’“arcaico silenzio del libro” frana sotto “gli sciame di cavallette della scrittura, che già oggi oscurano agli abitanti della città il sole del cosiddetto spirito”. L’evoluzione della comunicazione scritta sarà del resto basata sulla tecnologia (ed è una giusta intuizione di B.: dalle macchine a schede perforate alle ICT): “lo schedario porterà alla conquista della

scrittura tridimensionale, sorprendente contrappunto alla tridimensionalità della scrittura nelle sue origini di runa e quipu...". Già ora in via di ibridazione con la "nuova eccentrica ricchezza di immagini" della grafica, il nuovo medium "conquisterà di colpo contenuti adeguati"; una situazione alla quale i poeti, nella loro specialità di "esperti di scrittura", possono rispondere solo aprendosi alle competenze tecniche, e statistiche, e inventando una "scrittura variabile internazionale" (OC2, 1927c, pp. 434-435, passim).

Nei frammenti successivi, assumendo via via il radar del mediologo, B. inizia a ragionare sulla pubblicità come medium (mercantile) della sensazione immediata e sulla simmetrica fine della critica e di ogni visione di insieme (OC2, 1927d), poi sulle relazioni tra corpo, tecnologia e scrittura (OC2, 1927e). E approda – un passaggio decisivo – a un'idea dell'immagine visiva come processo "vivente" e attivo (con innervamento e respiro), assai differente dalla parola - che è "infiammazione potente ma momentanea", e "ridotta poi a brace annerita" (OC2, 1927f). Significativamente la riflessione viene subito applicata al racconto, poiché già a questa altezza per Benjamin l'arte del narratore è soprattutto un'arte dell'immagine: "il potere della fantasia è il dono dell'interpolare nell'infinitamente piccolo, d'inventare per ogni intensità tradotta in estensione una nuova, densa pienezza, insomma di prendere ogni immagine come se fosse quella del ventaglio ripiegato", ossia di una struttura che respira solo quando si apre (OC2, 1927g).

Sono questi gli elementi che preparano la ricerca di un quadro teorico più compiuto (Kang, 2014) - tenendo conto, naturalmente, anche dei rapporti fra Benjamin e il Siegfried Kracauer del *Detektivroman* (1925), e di *Das Ornament der Masse* (1927). E infatti nel 1929, ragionando sui "romanzi per le domestiche", B. inizia a pensare a una sociologia della letteratura di massa: occorrerebbe classificare i romanzi "in base al loro pubblico, metodo proficuo, e difficile da applicare [...], guardare dentro i rapporti di produzione [...], indagare la struttura geologica della montagna libro" (OC3, 1929d, p. 303). Nella letteratura popolare, tradizionalmente disprezzata, è possibile "riconoscere i tipi di questi romanzi, stereotipi ma in variazione come ogni linguaggio delle forme", anzi procedere in quella direzione è necessario poiché le forme sono espressione della volontà di generazioni e classi. "Ci avviciniamo ancora con goffaggine a queste opere goffe", che esprimono una straordinaria fame di intrecci da parte di soggetti sociali reali: "[...] il libro è stato in origine un oggetto di consumo, anzi un alimento. Questi qui sono stati divorati. Vi cercheremo dunque la chimica alimentare del romanzo" (OC3, 1929d, p. 305). Dal romanzo seriale, così come da altri "luoghi" della magmatica metropoli del XIX (e XX) secolo, promana un immaginario collettivo, che è di ordine onirico: "L'archivio di tali oggetti eterni è il sogno, quale Freud ci ha insegnato a riconoscerlo" (OC3, 1929d, p. 304).

Quasi dieci anni dopo, nel 1938, Benjamin tornerà a occuparsi in grande stile dei generi popolari, ma quelli del passato, la Parigi del secondo Impero in Baudelaire: scriverà una lunga e documentata storia del feuilleton nel suo rapporto con il giornale (OC7, 1938: I. La Bohème: pp. 110-120), puntando sulle microstrutture, sulle orme di Simmel (nella vita metropolitana la vista predomina sull'udito, e il soggetto ha urgenza di conoscere con esattezza l'antropologia e gli interessi della nuova fauna urbana: di qui i fascicoli effimeri delle "fisiologie"). Nella metropoli, come B. afferma seguendo una linea che sarà ripresa in pieno dal revival benjaminiano degli anni '60 e '70 (e sul nostro versante soprattutto da

Abruzzese, 1973), germinano i romanzi sulle “funzioni che sono proprie alla massa” (OC7, 1938, p. 126), in particolare in una situazione in cui la folla è il rifugio per gli individui (asociali), sconosciuti l'uno all'altro, Con Dumas, Sue, Balzac e con il Dupin di Poe tradotto da Baudelaire il Flâneur, l'uomo nella folla, diventava così “investigatore suo malgrado”.

L'elemento sociale originario del racconto di investigazione è la cancellazione delle tracce del singolo nella folla della metropoli [...]. Dall'epoca di Luigi Filippo nella borghesia si nota la tendenza a compensare la mancanza di tracce [...]. Il tentativo avviene all'interno delle mura domestiche [...]. È un instancabile affannarsi a prendere l'impronta di una infinità di oggetti; si cercano custodie e astucci per pantofole e orologi da tasca, per termometri e portauova, per posate e ombrelli. Si preferiscono fodere in velluto e in felpa che conservano l'impronta di ogni contatto [...]. Con il Secondo impero l'appartamento diventa una specie di guscio, un astuccio dell'uomo borghese in cui adagiarlo con tutti i suoi aggeggi (OC7, 1938, pp. 131-132).

Il soggetto di Poe è un uomo a disagio in compagnia di sé stesso: cerca la folla per far perdere le sue tracce. E al centro, in Poe come in Hoffmann e in Dickens, c'è lo spettacolo della metropoli, la strada come *intérieure*, la città illuminata a gas, nera eppure splendida. Incerta e dura. Poe esprime nella folla di Londra “il disperato isolamento degli uomini nei loro interessi personali... nella insensata uniformità, sia dei loro abiti, sia del loro modo di fare”. E mentre Parigi era ancora pronuba a flâneur e *passages*, figure di una protesta implicita contro la divisione del lavoro e gli specialisti, Poe inventa per Londra il repertorio della clownerie, dell'eccentricità vitalistica del Luna Park che verrà. L'uomo della folla di Poe finisce in un grande magazzino a più piani e ci sta un'ora e mezza senza comprare nulla (OC7, 1938, pp. 133-137).

Ma torniamo al percorso che porta Benjamin a costruire una teoria compiuta, sui media e sul romanzo. Gli anni decisivi, dopo la scoperta intorno al 1929 della serialità come archivio dell'immaginario collettivo, sono quelli dal 1933 al 1936 - soprattutto con la prima sintesi del *Passagenwerk*, nel 1935, e la prima stesura dell'Opera d'arte, nel 1936 - che proviamo qui ad attraversare come un unico discorso.

La “chimica alimentare” del lettore riemerge all'inizio come “divoramento”: “Quante le esperienze delle quali è consigliabile leggerle ma non – farle. Giovano a molti che sarebbero annientati se dovessero imbattervisi in natura” (OC5, 1933a). L'idea di immaginario collettivo come creazione delle masse si collega qui all'idea di linguaggio come attività mimetica collettiva, entro la quale il romanzo si costituisce come una funzione (sociale) specifica, che consente di “capire intuendo” (OC5, 1933b), a differenza del giornale, che dà informazioni corredate da spiegazione. Il romanzo, che sollevando il mondo dal suo stato crudo, come la cucina, “per formarne quanto ne è commestibile e estrarne il gusto”, si giova di un'arte del narrare che consente, almeno parzialmente, di “mantenere libera da spiegazioni una storia mentre la si racconta”. Mentre l'informazione, che “si consuma nell'istante della sua novità. Vive solo in quest'attimo. A quest'attimo essa deve interamente consegnarsi e spiegarsi senza perdere tempo. Non così il racconto:

questo non si esaurisce. Esso conserva la propria forza raccolta all'interno e sa dispiegarsi anche dopo lungo tempo" (OC5, 1933a).

Non è indifferente, in questo passaggio, l'uso del termine "racconto" nella coppia oppositiva con "informazione": poiché la forza mimetica (la sapienza narrativa ma anche la "verità" celata) dei romanzi contemporanei, nello sguardo di Benjamin, è assai dubbia. Sul mercato ci sono quasi solo scrittori "populisti", incluso il sottoproletario Céline, ripetitori ingenui delle forme del romanzo borghese ("arretrati nel punto di vista, e arretrati nella tecnica"). L'avanguardia non scrive romanzi - tranne Gide e Proust, che surriscaldano all'estremo l'individualismo l'uno e lo snobismo come maschera dell'uomo-consumatore l'altro (OC6, 1934a, pp. 61-62). I surrealisti puntano sulla trasformazione degli intellettuali in tecnici dell'immaginazione, forse la via più lunga "verso la critica radicale dell'ordine sociale", ma è una via che prescinde totalmente dal romanzo (OC6, 1934a, p. 71)

Restano i *nuovi* generi popolari: fantascienza e fumetto. La guerra mondiale ha consegnato all'umanità un mondo saturo di tecnologie e di nuove mitologie, ma povero di esperienza, e senza radici nel patrimonio culturale, abitato da "nuove e amabili creature, che non somigliano all'uomo". I romanzi di Scheerbart, ma anche le storie di Topolino, mostrano questo desiderio di una vita "senza aura", di una "nuova povertà. Il contrario dell'accumulo di tracce che lasciava il borghese nella sua casa tardo ottocentesca [...]" (OC5, 1933c, pp. 542-543). Incombono crisi e guerra. I pochi potenti, come tutti i soggetti della nuova epoca sono senza esperienza. Sono barbari. Ma anche cattivi. E almeno la letteratura di massa li prende in giro:

Gli altri allora devono prepararsi, e con poco. Lo fanno insieme a quegli uomini che del radicalmente nuovo hanno fatto la loro causa e lo hanno fondato su comprensione e rinuncia. Nelle loro costruzioni, immagini e storie l'umanità si prepara a sopravvivere alla cultura, se questo è necessario. E quel che è più importante, lo fa ridendo. Forse a tratti questo riso suona barbaro. Bene. Talvolta il singolo può pure cedere un po' di umanità a quella massa, che un giorno gliela renderà con interessi e interessi raddoppiati (OC5, 1933c, pp. 543-544).

Del resto, la "congerie disordinata e priva di rapporti" del giornale, che "rifiuta qualsiasi altra forma di organizzazione fuorché quella che le impone l'impazienza del lettore" (lo stato d'animo abituale di chi pretende o s'illude di prendere direttamente la parola), prefigura una nuova potenziale mutazione della parola scritta, che guadagna in estensione ciò che perde in profondità. E così inizia ad affievolirsi anche nella letteratura la distinzione tra autore e lettore (quella distinzione che la stampa tiene in vita scaltramente, in un modo già allentato): "L'autorità letteraria non si fonda più sulla cultura specialistica ma su quella politecnica, e diventa così bene comune" (OC6, 1934a).

Il ragionamento, anticipato da una pagina di diario di tre anni prima (OC4, 1931a), è ripreso in toto nella conferenza (forse mai avvenuta) su L'autore come produttore (dell'aprile 1934), che continua ad approfondire il discorso sulla "tecnologia" del racconto, e più in generale sul modello della mediazione letteraria (Herberichs, 2014). È in corso, osserva Benjamin, un imponente movimento di fusione e rinnovamento delle forme; esso incorpora in prevalenza processi meccanici-automatici, in cui l'innovazione non genera riflessione e conoscenza; ma è anche possibile immaginare operazioni estetiche di segno

opposto. Come esempi *ad negativum* funzionano la parabola dei romanzi del “nuovo realismo” tedesco, costruito su routines e tecnica del racconto borghesi, e presto ridotto a mero genere di intrattenimento, o anche la parabola della fotografia, decaduta a genere di consumo quando si è passati da un orientamento sulla realtà come esperienza autentica a una “trasfigurazione della realtà”, dove la metafora costante e banale è “il mondo è bello”. In entrambi gli esempi la stessa miseria delle masse si trasforma in oggetto di godimento, di moda, di allargamento del pubblico... Ma se il fotografo immette commenti scritti, e se lo scrittore scatta fotografie... tutto cambia. La via alternativa è dunque quella di una ibridazione attiva delle forme: la “letteraturizzazione delle forme di vita”, celebre formula benjaminiana che allude in realtà alla fusione e creazione di nuovi media, tali da indurre riflessione, e di farci riconoscere con stupore le situazioni dell’eroe del racconto come le nostre; una “tecnica basata sul riso, sul dentro e fuori”. E il riferimento per il futuro è naturalmente Brecht, con il suo superibrido tra epica, teatro, romanzo, montaggio, musica (OC6, 1934c).

Gli stessi schemi tornano l’anno successivo, negli ultimi capitoli dell’Exposé su Parigi, la capitale del XIX secolo, in particolare “Baudelaire, o le strade di Parigi”, e “Hausmann o le barricate”: sono stati i giornali, nella metropoli, a organizzare mediante “immagini dialettiche” il mercato di massa delle arti (e dei valori spirituali); dopo il distacco narcisistico del dandy baudelairiano, e la consapevolezza raggiunta da Balzac sulla rovina della borghesia, le avanguardie sperimentali non hanno dato risultati; solo il surrealismo si è mosso intervenendo sui processi reali; e intanto si sviluppava l’industria culturale. “Lo sviluppo delle forze produttive ha distrutto i sogni e gli ideali del secolo scorso. E le forme creative si sono emancipate dall’arte. Architettura, fotografia, grafica pubblicitaria, letteratura sottoposta al montaggio già nel feuilleton”, sono tutte forme di produzione per il mercato, anche se esitano ancora sulla soglia. Il paesaggio, nel Novecento, è totalmente cambiato, e del passato restano i passages e i panorami “come residui di un sogno [...]”. Ma ogni epoca sognando urge al risveglio” (Benjamin, 1935).

Finché, nei primi quattro paragrafi del celebre saggio su L’opera d’arte nell’epoca della sua riproducibilità tecnica, tutte le intuizioni sin qui affiorate trovano una definitiva coerenza teorica, e vengono declinate secondo una terminologia e un apparato concettuale basati sul concetto di *medium* - trasferito dalla matrice romantica al senso che oltre un quarto di secolo dopo gli verrà attribuito da McLuhan, e poi dalla cultura occidentale e globale (OC6, 1936a). Lo *statement* mediologico di Benjamin comprende, nell’ordine: il programma di analisi degli sviluppi dell’arte sempre entro le “condizioni di produzione” (par. I, 271); la visione delle tecnologie della riproduzione tecnica come momenti di un unico processo culturale (in termini attuali: la mediamorfosi), che porta in primo luogo a “far gareggiare l’immagine con la parola”, a corroborarla con il suono, e che in seguito registra l’autonomizzarsi della “riproduzione” anche come forma artistica (in termini attuali: l’industria creativa culturale, basata su massa, serialità e virtualizzazione, che diventando centrale agisce sulle altre forme d’arte) (par. II, 272-273); gli effetti dei nuovi media (indebolimento dell’autorialità e dell’originalità, delocalizzazione) come “liquidazione generale” della tradizione culturale e delle arti (par. III, 273-275); la natura storico-sensoriale della mediamorfosi (“Il modo secondo cui si organizza la percezione

umana – il medium in cui essa ha luogo”), che è condizionata storicamente dalle “modificazioni nel medium della percezione di cui noi siamo contemporanei, con la relativa decadenza dell’aura”: se essa scompare è “perché le masse tendono ad avere le cose più vicine”, e a riprodurle. A possederle. A serializzarle (par. IV, 275-276).

Nei paragrafi successivi si aggiungono all’impianto mediologico i celebri ragionamenti sulla tradizione culturale dell’arte (del resto connessi ai ragionamenti di B. sull’epica di cui tratteremo in seguito) e sulla sua sostituzione con l’automazione e il gioco, ribaditi in particolare a proposito dell’arco storico dell’immagine, fino al cinema dove l’opera nasce “solo” attraverso tecnologia e montaggio. Con il dominio della tecnologia nella *mimesis*, (“corpo che imita, rendendo apparente il suo oggetto e giocando con il suo oggetto”), il gioco prevale sull’apparizione; ed è una “valorizzazione altamente produttiva”, perché l’immagine viene staccata dall’uomo e diventa trasportabile davanti alla massa. L’attore sa che sarà la massa, invisibile, a controllarlo. Il rapporto tra autore e pubblico “diventa semplicemente funzionale, e funziona in modo diverso a seconda dei casi. Il lettore è sempre pronto a diventare autore, in quanto competente di qualcosa (276-292).

Il discorso si conclude con le celebri tesi sul cinema (293-303: v. Adorno, Jedlowski et al., 2012), il medium in grado di produrre “immagini multiframezzate” da comporre poi secondo una legge nuova, di far saltare gli spazi chiusi e convenzionali delle metropoli, di intraprendere viaggi “in mezzo alle rovine sparse ovunque”, dilatando lo spazio e il movimento e mostrando strutture e cose che gli umani non possono vedere, in uno “spazio ottico elaborato inconsciamente”, parente dell’inconscio psicoanalitico, perché pieno di sogni, psicosi, allucinazioni, del quale la percezione collettiva si appropria, soprattutto attraverso “figure dello spazio collettivo”, come Topolino. Figure-vaccino dell’immaginario, che inoculano uno sviluppo forzato di fantasie sadomasochiste evitandone una pericolosa maturazione nelle masse (quando non agiscono in senso opposto, agevolando l’abitudine a “accettare tranquillamente la bestialità e l’atto violento come fenomeno concomitante dell’esistenza” ...).

Tutto sul cinema, nessun accenno al romanzo: ma può veramente esistere, nell’epoca della riproducibilità tecnica, una narrazione letteraria all’altezza della tecnologia? fino a che punto B. considera il romanzo come una forma esaurita nella contemporaneità, non redimibile?

## Contro e oltre il medium romanzo

Il tema era effettivamente centrale per una (nuova) teoria materialista della letteratura, ora per B. inscindibile dalla dimensione mediologica, in un percorso via via divergente da Horkheimer e Adorno che sostengono dall’America l’amico emigrato a Parigi, e lontanissimo dal Lukács dei Saggi sul realismo, nell’esilio moscovita. Fin dal 1929, Benjamin aveva affrontato la questione con una doppia verifica sulle esperienze più avanzate: i surrealisti e Proust. Con i primi era in debito, e lo resterà sempre: sono surrealiste le idee sulla metropoli come sogno collettivo, sulla “numinosità” dell’irreale, del

mito, delle leggende e figure aleggianti nello spirito collettivo (l'immaginario sociale, che domanda inconsciamente di essere realizzato, anche al di là della scienza, dalla politica e dall'arte); e alla fine degli anni Trenta B. parteciperà alle conferenze del Collège de Sociologie tenuto da Georges Bataille, insieme a un gruppo di intellettuali, allievi – alcuni - di Marcel Mauss. Nel 1929, consapevole come si è visto del ruolo sempre più centrale delle immagini, e del senso metaforico, nascosto, che promana dai luoghi, B. si occupa di Nadja, un esperimento autobiografico di Breton, che assembla fotografie, ritratti, disegni, cartoline e altri materiali; i luoghi di Parigi, la miseria – “non solo quella sociale, ma anche quella architettonica...”, e la rivolta, che “... fa emergere il volto surrealista di una città. E nessun volto è a tal punto surrealista come il vero volto di una città”. L'uso dell'immagine fotografica “fa delle strade, delle porte, delle piazze della città le illustrazioni, in un certo modo, dei romanzi d'appendice, sottrae a queste architetture vecchie di secoli la loro banale evidenza per collegarle, con la più originaria intensità possibile, alla storia rappresentata” (OC3, 1929, p. 273). Rovesciando lo schema abituale del romanzo come storia che si svolge in un ambiente immaginato, nel libro di Breton l'immagine dei luoghi tende ad assumere direttamente il carattere di “contenuto di verità”, di metafora collettiva. La soglia tra veglia e sonno viene cancellata, e le immagini fluttuano continuamente con il linguaggio, oltre il senso, oltre l'io, in una illuminazione profana, antropologica: Parigi “mostra il suo volto surrealista, ed esplose nei suoi angoli sporchi, nelle sue porte girevoli, assai più che nei quadri di De Chirico o Max Ernst” (OC3, 1929, p. 277). In definitiva: il surrealismo – sulle orme di Dostoevskij, Rimbaud, Lautréaumont, i primi inventori di “grandi macchine infernali” dell'immaginario (OC3, 1929, p. 279) – individua nella narrazione ibrida con le immagini una strada che va oltre il romanzo, cambiando direttamente il medium. Ed è una indicazione preziosa, che va oltre i limiti di una sperimentazione spesso sterile (quindici anni di gioco con le parole e le forme plastiche). A maggior ragione mentre l'esplosione delle immagini – in termini di oggi, la virtualizzazione - si incarna sempre più velocemente in nuove forme, nuovi generi, nuovi meccanismi di dominio.

Non è altrettanto positivo il giudizio di Benjamin sulla strategia narrativa della Recherche, nonostante il rilievo che la tradizione critica ha attribuito al suo rapporto con Proust (per esempio: Rella, 1981; Cappa e Negri, 2014), ma i più soprattutto sulla base dei celebri passi sulla memoria involontaria e lo choc in Di alcuni motivi in Baudelaire (OC7, 1939). Proust scrive per un lettore che si rifugia in uno stato onirico, come mediazione tra la banalità dell'esistenza quotidiana e la verità dell'immaginario.

In una sua elegante idea di felicità, Proust era preso dall'ossessione dell'analogia, più profonda nel mondo del sogno, dove tutto è simile a sé stesso. E dalle analogie sorgono immagini, che sono il vero volto surrealista dell'esistenza [...].

[...] le persone, legate ai loro luoghi sociali, vivono una vita vegetativa, dove sono gli oggetti a emanare una vita propria, brividi di paura (OC3, 1929c).

Allenandosi continuamente, instancabilmente a investigare su una società conservatrice, nell'inferno di un'esistenza assolutamente edonistica, puramente parassitaria, “che

esclude dal suo mondo tutto ciò che partecipa della produzione, o almeno pretende che questa partecipazione si nasconda con pudore e leggiadria dietro un contegno quale lo esibiscono i perfetti *professionnels* del consumo”, Proust tentava in modo catartico, e “fino ad incredibili virtuosismi da parodista, che imita lo stile di Balzac, Flaubert e dieci altri, e da mimetico curioso” (OC3, 1929b, p. 370), di rendere evanescenti nel tempo/spazio, nella senescenza e nel ricordo anche i rapporti sociali (il servo e il padrone, il borghese che si immedesima nel nobile, le sue comiche pretese: su questo punto B. cita Marx, seguendo Storia e coscienza di classe di Lukács: OC3, 1929c). Ma era un’operazione fallimentare: lo scrittore, “regista della sua stessa malattia, del suo stesso respiro” (OC3, 1929b, p. 376), dominato dall’ossessione costante di consumare ogni cosa, di ringiovanire il tempo e il mondo, sprofondava in macchine vuote, in un abisso senza contatto (OC3, 1929c); in Proust il ricordo non media la verità dell’immagine, anzi diventa un incubo, da cui liberarsi ogni volta con la riflessione ironica, filosofica e didattica. Salvo un rammemorare involontario, provocato non tanto da visioni isolate, enigmatiche, quanto dal filo di collegamento dell’olfatto (OC3, 1929b, p. 376), che ci riporta a “come eravamo un tempo in un lontanissimo passato da qualche parte, senza che però ci vedessimo” (OC3, 1929b, p. 390). E comunque nella *Récherche* (che Benjamin traduce per vivere) restano come strutture portanti le forme ottocentesche della narrazione, del tutto inadatte ad agire lo spazio e il tempo contemporanei.

Per converso, funziona egregiamente secondo Benjamin quello che i critici considerano a torto il “nudo realismo, estraneo all’arte” di Hemingway; e anzi ciò dimostra che la cultura americana, quando raggiunge “una cultura della forma”, affronta gli stessi problemi di quella europea. Romanzi come *Fiesta* o *Uomini senza donne* offrono “la più compiuta sensualità dell’esposizione e la più sobria delle conoscenze” a un soggetto alle prese con “un’autentica tromba d’aria di tempo vuoto, che inghiotte l’uomo per annientarlo”. Del resto, il vero oggetto di Hemingway è un’epica lotta contro la morte, in ogni azione quotidiana (OC3, 1929e). L’attenzione di Benjamin si va sempre più spostando sulle forme possibili di un romanzo epico contemporaneo, entro una tendenza più generale che negli anni ’20 è visibilmente esplosa nel teatro (*L’opera da tre soldi*, di Brecht, è del 1928). Su questo sfondo, nel 1930, si colloca la sua recensione sul romanzo-capolavoro di Döblin, *Berlin Alexanderplatz*, che punta a individuare un cambiamento strutturale del medium, nella sua destinazione, nella dimensione autoriale, e nel suo senso. Il romanzo moderno viene definito per la prima volta in termini esplicitamente negativi (OC4, 1930b): esso rappresenta essenzialmente il viaggio dell’individuo distaccato dal popolo, senza uno scopo e con molti scopi, nella sua solitudine: l’uomo privato che mira a “spingere all’esterno l’incommensurabile”. Se il genere romanzo si allontana dalla tradizione orale, è perché vuole far ammutolire pericolosamente l’uomo interiore, mentre Döblin, in senso opposto, tenta “l’emancipazione dell’opera epica dal libro” (il medium che “è la morte dei linguaggi reali”), e con *Berlin Alexanderplatz* arriva alla “restaurazione dell’epica”, in corso in varie altre esperienze: un ritorno al racconto, all’ascolto, al sogno, al “raccolgimento che il popolo esperisce”. I linguaggi reali della quotidianità vengono assemblati da Döblin con un “montaggio fitto, dove la voce dell’autore è quasi un a parte”: un’opera aperta, con frammenti della Bibbia, statistiche, canzoni di successo, stampe piccolo borghesi, il

dialetto berlinese della piazza. Un'epica della strada, dove il misero ex carcerato Biberkopf diventa da ruffiano un piccolo borghese, pretendendo dalla vita "qualcosa di più di un pezzo di pane", divorato come è dalla fame di destino. E quando ci riesce, la storia diventa insignificante, come in Flaubert; ed è il ritorno estremo del romanzo di formazione: non appena l'eroe "arriva", non ci serve più, non lo seguiremo.

In un appunto sparso, sempre del 1930, B. è ancora più esplicito:

Il romanziere diventa narratore. Fine della forma romanzesca. Affinità del narratore con lo stile da libro di lettura. Il romanziere si rivolge al lettore, che tiene prigioniero. Il narratore fa entrare la materia trattata nella memoria del poeta epico (OC8, s.d.).

Più avanti, nel diario del 1931 (16 agosto), ribadisce il giudizio negativo sul romanzo, che "più delle altre forme d'arte [...] sembra per principio mirare al consumo, a un godimento improduttivo" ed è semmai l'espressione di un definitivo inglobamento di quel genere di scrittura nella circolazione delle merci: "serve solo e unicamente alla comoda evasione" (OC4, 1931a, p. 471). E in senso più tecnico, è fatto per essere "bruciato rapidamente" (diario del 13 maggio):

D'un tratto mi è parso che la pila dei pezzi di legno rappresentasse il vero modello compositivo per i romanzi: altrettanto sciolta deve essere l'azione, altrettanto impostata completamente sulla consumabilità, l'esatto contrario di tutte le costruzioni architettoniche per non dire monumentali (OC4, 1931a, p. 435-436).

Balzac o Dostoevskij erano maestri nel disporre i pezzi, e i loro libri riscaldano il fuoco come un camino. Mentre Flaubert è una grande stufa monumentale dove il fuoco non brucia...

La teoria benjaminiana sull'epica come alternativa al romanzo precede quindi la decisa svolta mediologica del 1935-1936, che abbiamo descritto nel capitolo precedente. Ma trova una sistemazione compiuta appena a valle di questa, nel saggio sul Narratore. Le Considerazioni sull'opera di Nikolaj Leskov (OC6, 1936b) sono scritte nello stesso anno del saggio su L'opera d'arte e sono strutturate in paragrafi esattamente nello stesso modo, testimoniando una forte esigenza di formalizzare le sue tesi. Benjamin vi organizza il confronto serrato tra la dimensione della narrazione (epica) e quella del romanzo, anche riutilizzando scritti precedenti -, per esempio su Oskar Maria Graf come narratore (OC4, 1931b), o su Bennett (Davanti al camino, OC5, 1933d). Si parte dallo svuotamento - dalla prima guerra mondiale - della "capacità di scambiare esperienze" (par. I); di matrice essenzialmente orale, quella capacità è la fonte a cui hanno attinto tutti i narratori, nei due tipi intrecciati: il racconto del mercante navigatore che conosce gli spazi esterni, e quello dell'agricoltore che conosce la sua terra, e il suo passato (II). Leskov le utilizzava entrambe, mischiando leggende russe e solida naturalezza, anche nei racconti di ambiente cittadino (III), e manteneva della cultura orale l'orientamento pratico, l'utilità morale, di "consiglio" del saggio. Questo è infatti un tratto tipico dell'epica, che nella

modernità è stato espulso dall'arte del racconto - pure se percepiamo "una nuova bellezza in ciò che svanisce" (IV).

Connesso agli effetti dell'invenzione della stampa, il romanzo si è infatti legato in modo "sostanziale con il libro", distinguendosi da tutte le altre forme di racconto in prosa – la fiaba, la leggenda, e anche la novella – che nascono da una tradizione orale. Mentre il narratore assume e trasforma l'esperienza di quelli che ascoltano la sua storia, il romanziere si è "tirato in disparte... Il luogo di nascita del romanzo è l'individuo nel suo isolamento". Ma un individuo senza consiglio non può darne agli altri: e già il primo grande romanzo moderno, il Don Chisciotte, pur rappresentando la vita umana nella sua ricchezza, esprime "il più profondo disorientamento del vivente"; e lo stesso romanzo di formazione, che in teoria servirebbe a dare consigli, non offre che debolissime giustificazioni agli ordinamenti che determinano la costruzione dell'individuo (V). Legittimando la borghesia emergente, il romanzo ha trovato le condizioni per la sua fioritura, spingendo intanto la narrazione a regredire lentamente tra gli arcaismi. E ora – avverte Benjamin - l'informazione sta influenzando sulle trasformazioni estetiche e sociali "in forma non meno estranea, ma assai più pericolosa del romanzo (che essa, d'altra parte, avvia del pari a una crisi)". L'informazione conta sull'aggancio immediato, alla portata di tutti, e sulla la plausibilità (essa non deve quindi attingere al meraviglioso), ma in questo si oppone allo spirito del racconto: inondati di notizie, "difettiamo di storie singolari e significative", ogni evento ci giunge infarcito di spiegazioni, e torna quasi tutto a vantaggio dell'informazione e quasi per nulla a vantaggio della narrazione. Mentre il narratore deve lasciare "libera una storia, nell'atto di riprodurla, da ogni sorta di spiegazioni" (VI).

Leskov, il testimone di tutto il ragionamento benjaminiano, è un maestro nel seguire la "casta concisione", prescritta dalla sapienza antica (VII). Ma il narratore pretenderebbe per i lettori uno stato di distensione che oggi è raro: la noia, "l'uccello incantato che cova l'uovo dell'esperienza", "il minimo rumore tra le frasche lo mette in fuga"; e un'arte di ascoltare, distraendosi al ritmo artigianale del tessere e del filare (VIII). La narrazione, legata al "mestiere" contadino, marittimo, cittadino, "cala il fatto nella vita del relatore e ritorna ad attingerlo da essa. Così il racconto reca il segno del narratore come una tazza quello del vasaio". Al contrario, la cultura dominata dall'informazione tende ad abbreviare e a semplificare (Valéry): anche nel racconto, nella short story, che non procede più per stratificazioni di narrazioni successive (IX). Questo coincide in effetti con il venir meno dell'idea di eternità e con la rimozione della morte, e con essa dell'autorità del morente - la fonte che legittimava il narrato – e dell'imperscrutabilità del mondo (X - XII). Torna a questo punto una riflessione – a grande distanza dal saggio su Proust - sull'imprigionamento del ricordo: il racconto epico, in comunione tra narratore e ascoltatore, era funzionale a riprodurre la tradizione attraverso un ricordare (la memoria, il *Gedächtnis*) per accumulo e ri/creazione di storie, narrando una costellazione di molti fatti dispersi e intrecciati; mentre il romanzo è espressione di un tipo diverso e particolare di memoria (l'*Eingedenken*, il ricordare consapevole), che ha per oggetto tendenziale un solo eroe, una sola storia, e il ricordo interiore. Questa scissione è all'origine della lenta dissoluzione dell'epos (XIII). B. condivide l'idea della Teoria del romanzo di Lukács che il tempo sia principio costitutivo del genere: il il personaggio del romanzo, persa la "patria

trascendentale” (tornano i termini romantici), non può che lottare contro la potenza del tempo per far riemergere un ricordo creativo, il senso di tutta la sua vita passata, il significato non raggiunto e inesprimibile della vita; ma il movimento si esaurisce inevitabilmente nell’”espressione immediata dello smarrimento con cui il lettore si vede inserito in questa vita determinata”. Così i romanzi finiscono di solito in modo insignificante: dal primo, il Don Chisciotte, all’Educazione sentimentale, dove alla fine ci si riduce a trovare il senso della vita nell’esperienza di tre anni prima in un bordello; e spesso ricordando il passato con “profonda malinconia”, perché il soggetto “non aveva avuto nulla dalla vita reale”. Invece il racconto (epico) non giunge a una fine, ma coltiva “la morale della storia” (XIII-XIV).

Il racconto implica uno o più ascoltatori in compagnia di un narratore (simile in questo alla poesia); chi legge un romanzo, invece, è solo. Il romanzo è fatto per essere bruciato rapidamente, come la legna del camino, trascinati dalla tensione che spinge a cercare il senso della vita dei personaggi, e ad assistere al come e al perché della loro morte; poiché “quel destino altrui, grazie alla fiamma da cui è consumato, genera in noi il calore che non possiamo ricavare dal nostro” (XV). Si può anche incasellare la morale dei narratori in diversi sistemi concettuali (religiosi a volte in Leskov, pedagogici in Hebel, ermetici in Poe, marinareschi e militar-coloniali in Kipling), ma ciò non toglie loro la “leggerezza con cui si muovono su è giù, come su una scala, sui pioli della loro esperienza”: simbolo di una esistenza collettiva, dove la morte “non rappresenta affatto uno scandalo, o un limite”. Come nelle fiabe, dove il narratore indicava il consiglio più difficile, aiutava nell’angustia, e liberava dal peso del mito (XVI). E un confronto più ravvicinato con i racconti di Leskov, affini allo spirito della favola, ma anche alla sapienza greco-ortodossa (la risurrezione come liberazione da un incantesimo, e il giusto come protagonista), mostra i suoi debiti con la letteratura burlesca (la tradizionale simpatia per i mariuoli), ma anche con la mistica (la capacità di esplorare il male, quasi assoluto, uno dei pochi tratti che lo avvicina a Dostoevskij). Nelle sue varie incarnazioni, il narratore entra “tra i maestri e i saggi. Egli ‘ha consiglio’ non, come il proverbio, per certi casi, ma come il saggio, per molti. Poiché gli è dato riferirsi a una intera vita”, che assorbe, beninteso, non poco quella degli altri. “Di qui deriva l’incomparabile atmosfera che – in Leskov come in Poe o in Stevenson – circonda il narratore. Il narratore è la figura in cui il giusto incontra sé stesso” (XVII- XIX: OC6, 1936, p. 342).

Nel nostro contributo si è cercato di chiarire come la decisa svolta anti-romanzesca di Benjamin segua alla piena acquisizione mediologica di una teoria sulla mediamorfosi (al centro: la radicale mutazione dell’ambiente di vita dopo la guerra, il continuo ridislocarsi delle forme estetiche rispetto al dominio delle immagini, alla dimensione partecipativa dell’informazione, alla “riverticalizzazione” e ibridazione della scrittura). Si potrebbe concludere qui: nel Benjamin teorico materialista e mediologo le indicazioni in positivo per un romanzo che torni a essere narrazione sembrano ridotte all’essenziale, e assai problematiche: la testualità ibrida basata sul montaggio di Döblin, il narrare “nudo” ed essenziale di Hemingway. Si aggiunge uno scontato apprezzamento per il tentativo satirico del Romanzo da tre soldi di Brecht (1935), del quale Benjamin valorizza

soprattutto la capacità di declinare la narrazione come “laboratorio” sperimentale, dove “l’uomo – per esprimerci con un’espressione un po’ drastica - come ruota di scorta dell’auto della propria tecnica [...] quest’uomo ridotto e reso inoffensivo viene sottoposto a esame e giudicato”, per scoprire che occorre intervenire sull’abitudine, con ragione ed esercizio. Ossia, che occorre lavorare per quella che da qualche anno Brecht aveva definita come una “trasformazione funzionale” (Umfunktionierung); mantenere la critica dell’ideologia, ma cambiare le pratiche nell’ambiente dei media, dove si moltiplicano le possibilità di partecipazione dell’intellettuale (OC5, 1932).

Ma è veramente questo l’esito definitivo delle teorie benjaminiane sull’arte del narrare? In realtà, la sua posizione sul romanzo non è circoscrivibile al solo recupero delle strutture della narrazione epica. A riprova, vale il momento più avanzato: l’esplorazione intorno al più enigmatico – e antiepico - degli scrittori: Franz Kafka. Proprio nelle prime intense conversazioni tra Benjamin e Brecht, nel 1931, si era aperta una discussione su quello che B. due anni prima, riferendosi a Max Brod, aveva definito come il “segreto teologico” dell’opera kafkiana, “tanto più grande presentandosi all’esterno inappariscende, piana e sobria” (OC4, 1929f). Secondo Brecht la scrittura di Kafka manifesta “lo stupore di un uomo che avverte il profilarsi di enormi innovazioni in tutti i rapporti senza riuscire ad adattare sé stesso a questi nuovi ordinamenti”; ma a B. – naturalmente – non interessa tanto il soggetto (il contenuto “reale” delle storie) quanto gli ambienti, lo spazio, le cose, che si esprimono direttamente: la “continua, visionaria presenza delle cose deformate”, a cui “risponde la serietà inconsolabile, la disperazione che è nello sguardo dello scrittore stesso”. Kafka ha rotto i ponti con una prosa “esclusivamente narrativa”, e procede per vie sghembe: aneddoti, storie di animali, che si leggono per un bel po’ come fossero di uomini; poi il lettore si sciocca, e “constata di essersi allontanato già di molto dal continente degli uomini. Tanto quanto una futura società sarà distante da lui”. I personaggi sono animali che si rimpiazzano, o si aggirano per le fessure, come “membri isolati, disinformati delle leggi, dell’origine e dell’ambiente”: e qui è il senso autentico, nascosto (OC4, 1931c).

Riversando le discussioni con Brecht in un intervento da pubblicare (Franz Kafka, Durante la costruzione della muraglia cinese, 1931) B. contesta la lettura teologica di Brod in favore del metodo, “sicuramente più faticoso, di una interpretazione dello scrittore a partire dal centro del suo mondo di immagini”. Spazi, oggetti, sensazioni fisiche, stati mentali, sistemi di relazione che hanno sempre un valore metaforico. Testi sempre a doppio livello. Gli ambienti del Processo, i cuscini messi sulla testa per proteggersi dal soffitto basso come capitelli medievali (il probabile oggetto inconscio della descrizione), sono immagini “assai lontano dallo specchio, almeno tanto lontano quanto il modello stesso. In altre parole nel futuro. L’opera di Kafka è profetica” (OC4, 1931d, pp. 449-456). Nel Castello, ma anche più in generale, gli ambienti sono vecchi, antiquati, polverosi; e anche depravati, come i regolamenti nella colonia penale o i costumi sessuali delle donne intorno a K. Ma anche l’autorità superiore è depravata come l’autorità inferiore... Scrive Kafka: “entrambi questi mondi sono un labirinto semibuio, polveroso, opprimente”. Burocrati e impiegati vi sono accomunati “dall’unico sentimento della paura. Una paura che non è reazione ma organo”. Un organo dalla singolare duplicità: “paura di ciò che è

remoto, immemorabile e paura di ciò che è prossimo, urgentemente imminente”. Paura di una colpa sconosciuta e della espiazione. E la colpa è l’oblio (OC4, 1931d, p. 453). Quella di Kafka, dunque, è un’ulteriore forma della narrazione, basata su una tecnica metaforica che affronta lo svuotamento del tempo e dei luoghi, la morte che incombe, senza ricadere in quell’illusorio spiare le parabole delle vite altrui, che è la materia del romanzo. “I romanzi bastano a sé stessi. I libri di Kafka non bastano mai a sé stessi”. Del resto, secondo Benjamin, egli non deriva dai grandi romanzieri, ma dai molto più modesti autori di racconti, come il naturalista Hebel e Robert Walser. Sono frammenti, incompiuti - “il che è la loro vera grazia” (OC4, 1931d, p. 452).

Frammenti che chiedono al lettore di abitarli cercandone il senso. Lo stupore, e il panico, di fronte allo slittamento, alla “deformazione” – che qui, però, non è altro che indagine” -, non tolgono, nella sconsolata serietà, nella disperazione dello sguardo dello scrittore, che vi sia un metodo, una tecnologia della narrazione precisa nel suo accumulo di “haggadah” (storie e aneddoti della scrittura rabbinica che servono alla spiegazione e conferma della halakah). Ma l’abbondanza di dettagli è paura della fine, e l’haggadah si arresta continuamente, “nella speranza e nel timore ad un tempo di imbattersi per strada nella norma e nella formula della halakah”: la dottrina, la verità nascosta (OC4, 1931d, p. 451).

Così, nello scritto più impegnativo per il decennale della morte di Kafka nel 1934, B. si dedica a una appassionata interpretazione, sciolta dalla metafisica come dalla psicanalisi, delle figure e strutture metaforiche del narratore che più ha esplorato un territorio “oltre” il romanzo (OC4, 1934d); e si tratta, in effetti di un primo e compiuto esempio saggistico di scavo sulle metafore dei media. Il “contenuto di verità”, il senso profondo che genera la metafora, e intorno a questa il frammento, rinvia infatti a una “tremenda fatica di liberarsi di un peso cosmico”, ma anche a una complessa rete di mediazioni: l’esemplare astuzia degli aiutanti del Castello, messaggeri comunicanti da un ambiente all’altro, “dediti a occupare il minor spazio possibile”; il “teatro naturale di Oklahoma” in America, luogo che secondo B. codifica lo spettacolo come potenza autonoma che prefigura la società e il lavoro futuri; l’incapacità di ricordare in tutti i personaggi, e la lussuria fangosa, e la stanchezza, e Odradek, e lo scarafaggio della *Metamorfosi*, e molti altri, come “la forma che le cose assumono nell’oblio. Esse sono deformate e irriconoscibili” (OC4, 1934d, p. 147). E al contrario, i pazzi, gli attori, gli studenti, che non si stancano mai, con grande meraviglia di Kafka:

Nell’epoca della massima estraniamento degli uomini tra loro, dei rapporti infinitamente mediati che sono ormai i soli – sono stati inventati il film e il grammofono. Nel film l’uomo non riconosce la propria andatura, nel grammofono non riconosce la propria voce. Ciò è confermato da esperimenti. La situazione del soggetto di questi esperimenti è quella di Kafka (OC4, 1934d, p. 151).

## Nota biografica

Donatella Capaldi è ricercatrice alla Sapienza Università di Roma. È autrice di contributi sulla comunicazione del patrimonio culturale, il *digital heritage* e la qualità dei musei, lo storytelling per i beni culturali e il turismo, la mediologia della letteratura e dello spettacolo, la traduzione di poesia. Tra le più recenti pubblicazioni: Archetipi della serialità nella letteratura (con G. Ragone), *Mediascapes Journal*, 7, 2016; Lo storytelling dei beni e luoghi della cultura: teoria e pratica (con E. Ilardi) in S. Calabrese e G. Ragone (a cura di) *Transluoghi. Storytelling, beni culturali, turismo esperienziale* (Liguori, Napoli 2016); *I cantieri della Memoria. Digital Heritage e istituzioni culturali* (con Ilardi E. e G. Ragone, Liguori, Napoli 2012); *Kafka e le metafore dei media* (a cura di) (Liguori, Napoli 2012); «Poi venne il tutto, vacuo e imprevedibile». Immaginari della catastrofe in G. Ragone (a cura di), *Lo spettacolo della fine. Le catastrofi ambientali nell'immaginario e nei media* (Guerini e associati, Roma 2012); *Momo. Il demone cinico tra mito, filosofia e letteratura* (Liguori, Napoli 2011).

Giovanni Ragone è professore alla Sapienza Università di Roma dove ha fondato il DigiLab, centro di ricerca sulle tecnologie digitali per la cultura. È autore di contributi sui media e gli immaginari, la letteratura e le arti, l'educazione, l'editoria, la pubblicità, il digital heritage e i beni culturali. Tra le più recenti pubblicazioni: Storytelling, immaginari, heritage in S. Calabrese e G. Ragone (a cura di) *Transluoghi. Storytelling, beni culturali, turismo esperienziale* (Liguori, Napoli 2016); Radici della sociologia dell'immaginario, *Mediascapes Journal*, 4, 2015; *Analogie Volume 3. Il medium pubblicità* (Liguori, Napoli 2015); Per una mediologia della letteratura. McLuhan e gli immaginari. *Between*, 2014; *I cantieri della memoria. Digital Heritage e istituzioni culturali* (con D. Capaldi e E. Ilardi) (Liguori, Napoli 2011); Introduzione alla sociologia della letteratura (Liguori, Napoli 2000). *Un secolo di libri. Storia dell'editoria in Italia dall'Unità al postmoderno* (Einaudi, Torino 1999).

## Bibliografia

- Benjamin, W. (1935). *Parigi, la capitale del XIX secolo, Exposé I del 1935*, in *I "passages" di Parigi*, a cura di Rolf Tiedemann, vol I, Torino: Einaudi, 2000, pp. 5-18.
- Benjamin, W. *Opere Complete. Scritti 1906-1922*, a cura di Rolf Tiedemann e Hermann Schweppenhäuser. Edizione italiana a cura di Enrico Ganni, 9 voll. Torino: Einaudi (OC1-9).
- OC1 (1915). *Due poesie di Friedrich Hölderlin*, 1915. Torino: Einaudi, 2008.
- OC1 (1916a). *Sulla lingua in generale e sulla lingua dell'uomo*. Torino: Einaudi, 2008, pp. 293-295.
- OC1 (1916b). *Appendice a Sulla lingua in generale e sulla lingua dell'uomo*. Torino: Einaudi, 2008, p. 301.
- OC1 (1917a). *L'idiota di Dostoevskij*. Torino: Einaudi, 2008, p. 305-308. L'articolo fu pubblicato solo nel 1921 sulla rivista «Die Argonauten» di Heidelberg.

- OC1 (1917b). *Balzac*. Torino: Einaudi, 2008, p. 313.
- OC1 (1919). *Il concetto di critica nel romanticismo tedesco*. Torino: Einaudi, 2008, pp. 367 sgg.
- OC1 (1921). *Appendice all' Idiota di Dostoevskij*, Torino: Einaudi, 2008, pp. 309-310. Appunti non datati, scritti forse in relazione alla pubblicazione del contributo sull'*Idiota*.
- OC1 (1922). Le affinità elettive *di Goethe*. Torino: Einaudi, 2008, pp. 531- 680. Il saggio uscì in due parti (aprile 1924 - gennaio 1925) nella «Neue Deutsche Beiträge» di Hugo von Hoffmannsthal.
- OC1 (1922). *Annuncio della rivista: «Angelus Novus»*. Torino: Einaudi, 2008, p. 519.
- OC2 (1926-1927). *Appartamento di dieci stanze lussuosamente arredato*. Torino: Einaudi, 2001, pp. 409-463.
- OC2 (1927a). *Ivan Šmelëv, Il cameriere*. Torino: Einaudi, 2001, pp. 662-663.
- OC2 (1927b). *Berlino segreta di Franz Hessel*. Torino: Einaudi, 2001, pp. 724-726.
- OC2 (1927c) *Revisore giurato di libri*, in *Strada a senso unico*. Torino: Einaudi, 2001, pp. 423-425.
- OC2 (1927d). *Questi spazi sono da affittare*. Torino: Einaudi, 2001, p. 449.
- OC2 (1927e). *Materiale didattico*. Torino: Einaudi, 2001, pp. 425-426.
- OC2 (1927f). *Antichità*. Torino: Einaudi, 2001, pp. 436-437.
- OC2 (1927g). *Ventaglio*. Torino: Einaudi, 2001, p. 437.
- OC2 (1927h). *Cemento, di Fedor Gladkov*. Torino: Einaudi, 2001, pp. 659-661.
- OC3 (1928). *Saga dell'avarizia (Julien Green, Mont-Cinère, romanzo)*. Torino: Einaudi, 2010, pp. 213-217.
- OC3 (1929a). *Carte per "Il surrealismo", e Il surrealismo*. Torino: Einaudi, 2010, pp. 269-293.
- OC3 (1929b). *Carte su Proust. Disposizioni per il saggio su Proust*. Torino: Einaudi, 2010, pp. 370-391.
- OC3 (1929c). *Per un ritratto di Proust*. Torino: Einaudi, 2010, pp. 392 sgg.
- OC3 (1929d). *Romanzi per le domestiche del secolo passato*. Torino: Einaudi, 2010, pp. 303-305.
- OC3 (1929e). *Libri di Thornton Wilder e Ernest Hemingway*. Torino: Einaudi, 2010, pp. 552-562: 559.
- OC3 (1929f). *Morale cavalleresca*, Torino: Einaudi, 512-513.
- OC4 (1930a). *Romanzi gialli, in viaggio*. Torino: Einaudi, 2002, pp. 157-158.
- OC4 (1930b). *Crisi del romanzo. A proposito di Berlin Alexanderplatz di Döblin*. Torino: Einaudi, 2002, pp. 159-164.
- OC4 (1931a). *Diario dal 7 agosto 1931 fino al giorno della morte*. Torino: Einaudi, 2002, pp. 468-473: 473.
- OC4 (1931b). *Oskar Maria Graf come narratore*, Torino: Einaudi, 2002, pp. 526-528.
- OC4 (1931c). *6 giugno 1931, conversando con Brecht*. Torino: Einaudi, 2002, pp. 440-442.

- OC4 (1931d). *Franz Kafka, Durante la costruzione della muraglia cinese*. Torino: Einaudi, 2002, pp. 449-456.
- OC5 (1932). *Teatro e radio*. Torino: Einaudi, 2003, p. 200.
- OC5 (1933a). *Piccoli pezzi d'arte*. Torino: Einaudi, 2003, pp. 535-538.
- OC5 (1933b). *Dottrina della similitudine*. Torino: Einaudi, 2003, pp. 522-524.
- OC5 (1933c). *Esperienza e povertà*. Torino: Einaudi, 2003, pp. 539-544.
- OC5 (1933d). *Davanti al camino*. Torino: Einaudi, 2003, pp. 480-484.
- OC6 (1934a). *Sull'attuale posizione sociale dello scrittore francese*. Torino: Einaudi, 2004 (OC6), pp. 61-62.
- OC6 (1934b). *Il giornale*. Torino: Einaudi, 2004, pp. 40-41.
- OC6 (1934c). *L'autore come produttore*. Torino: Einaudi, 2004, pp.44-58.
- OC6 (1934d). *Franz Kafka. Nel decennale della morte*. Torino: Einaudi, 2004, pp.128-160.
- OC6 (1936a). *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica*, Torino: Einaudi, 2004, pp. 271-319 (prima stesura in lingua tedesca, a cui segue la più diffusa seconda redazione in francese, ivi, pp. 527-546).
- OC6 (1936b). *Il narratore. Considerazioni sull'opera di Nikolaj Leskov*. Torino: Einaudi, 2004, pp. 320-345 (pubblicato nel 1937 su «Orient und Occident»).
- OC7 (1938). *La Parigi del secondo impero in Baudelaire*. Torino: Einaudi, 2006, pp. 101-178.
- OC7 (1939). *Di alcuni motivi in Baudelaire*. Torino: Einaudi, 2006, pp. 378-415.
- OC8 (s.d.). *Frammento 151*. Torino: Einaudi, 2014, p.180.
- Abruzzese, A. (1973). *Forme estetiche e società di massa*, Padova: Marsilio.
- Adorno, Th., Jedlowski P. et alt. (2012). *Benjamin. Il cinema e i media*. Cosenza: Pellegrini.
- Axer, E. (2012). *Eros und Aura. Denkfiguren zwischen Literatur und Philosophie in Walter Benjamins "Einbahnstraße" und "Berliner Kindheit"*. München: W. Fink.
- Cappa, F. e Negri, M. (2014). Introduzione, in *W. Benjamin. Proust e Baudelaire, due figure della modernità*. Milano: RaffaelloCortina editore, pp. 7-43.
- Chang, J.H. (2014). *Einheit von Reflexion und Medialität*. In *Walter Benjamins Theorie und Praxis der Avantgarde im Hinblick auf den frühromantischen Begriff der Reflexion.*, Würzburg: Königshausen & Neumann.
- Desideri, F. e Baldi, M. (2010). *Benjamin*. Roma: Carocci
- Herberichs, C. (2014). *'Der Erzähler ist uns keineswegs durchaus gegenwärtig'. Zu Benjamins Aura-Konzept in narratologischer Perspektive und zur Auratisierung legendarischen Erzählens im Väterbuch*, in Ulrich Johannes Beil, Cornelia Herberichs, Marcus Sandl (Hg.) / unter Mitarbeit von Alexandra Bündler, *Aura und Auratisierung. Mediologische Perspektiven im Anschluss an Walter Benjamin*, Zürich: Chronos, 2014, pp. 85-115.
- Hein, M. (2011). *Walter Benjamins Konzept der Lektüre*. Würzburg: Königshausen & Neumann.

- Hölderlin, F. (1800-1805). *Das Unendliche*, in *Pindar-Fragmente* (“Untreue der Weisheit”), 1800-1805. *Theoretische Schriften*, J. Kreuzer Hg. Hamburg: Meiner Verlag, 1998, p. 115.
- Kang, J. (2014). *Walter Benjamin and the media. The Spectacle of Modernity*, Cambridge, UK e Malden, Ma USA: Polity Press.
- Lindner, B. (2002). “Erzähl/Zeit/Crash. Eine kurze Dekonstruktion der Romanform”, in Hans Joachim Bieber und a. (Hg.), *Die Zeit im Wandel der Zeit*, Kassel, pp. 293-318.
- Lindner, B. (2011) (Hg) / unter Mitarbeit von Thomas Küpper und Timo Skrandies, *Benjamin-Handbuch. Leben-Werk-Wirkung*. Stuttgart-Weimer: Verlag J.B.Metzler.
- Lukács, G. (1916). *Teoria del romanzo*. Milano: SE, 2004, pp. 11-20 (Premessa).
- Maj, B. e Messina, D. (2000), (a cura di), *Walter Benjamin tra critica romantica e critica del Romanticismo*. Firenze: Aletheia.
- Novalis, G. Ph. F. (1797). *Studien zur bildenden Kunst, 1797*: Fragment 1249, in *Schriften*, hg.von J. Minor, Bd. 2, Jena.
- Palma, M. (2006). *L’oggetto poetico come poetato: Benjamin lettore di Hölderlin*, in Fabrizio Desideri e Giovanni Matteucci (a cura di), *Dall’oggetto estetico all’oggetto artistico*, Firenze: Firenze University Press, pp. 127-137: 130.
- Rella, F. (1981). *Il silenzio e le parole. Il pensiero ai tempi della crisi*. Milano: Feltrinelli.
- Salonia, M. (2011). *Walter Benjamins Theorie der Kritik*, Berlin: Akademie Verlag.
- Witte, B. (1986). *Paris-Berlin-Paris. Des correlations entre l’expérience individuelle, littéraire et sociale dans les dernières oeuvres de Benjamin*. In H. Wismann, *Walter Benjamin et Paris. Colloque international 27-29 uin 1983*. Paris: Cerf, pp. 49-62.
- Witte, B. (2009). *Literature as the Medium of Collective Memory: Reading Benjamin’s Einbahnstrasse, Der Erzaehler and Das Paris des Second Empire bei Baudelaire*, in *A Companion to the Works of Walter Benjamin*, ed. By Rolf J. Goebel, Rochester, New York: Camden House, pp. 91-111.

## Note

<sup>1</sup> I paragrafi 1 e 2 sono stati scritti da Donatella Capaldi; il paragrafo 3 da Giovanni Ragone.

## Il crowdfunding per progetti culturali\*

Francesco D'Amato\*\*  
Sapienza Università di Roma

The aim of the article is to offer a critical review of the scientific literature regarding the use of crowdfunding for the financing of cultural projects. More specifically, it will examine what has been noticed about the various interpretations and uses of crowdfunding, the relationship between promoters and backers, the opportunities and the criticalities it presents to different types of promoters and different types of projects, as well as about the factors that affect such aspects.

The article is subdivided into three sections. The first section considers the motivations of different kind of promoters, the different rhetoric they use to promote the campaigns, the skills and resources need to effectively design and manage the campaigns. In this regard, research shows the extreme relevance of the promoter's *social capital* for the campaign results. The second section is therefore devoted to the analysis of the different types of social capital mobilized in crowdfunding, of the mobilization strategies implemented by the promoters, of the factors that influence such mobilization and - more generally - that affect the composition of the backers networks. The analysis of these dynamics directs the attention to the skill and resources needed by promoters, to their relationship with funders, and to the ways in which the latter are involved and invited to participate in the projects, besides its funding. The last section is therefore devoted to the critical analysis of crowdfunding, which highlights both the limits of the actual participation of funders, and hence the distance of the prevailing forms of crowdfunding from potentially more innovative models, as well as the asymmetries between different kind of promoters, that is different possibilities to maximize the potential benefits of crowdfunding by various promoters.

The conclusions will point to further directions of research, useful to improve the understanding of crowdfunding by deepening the analysis of relevant but less investigated aspects.

**Keywords:** Crowdfunding, Fan Funding, Cultural Production, Social Capital, Participatory Culture

Il termine crowdfunding viene utilizzato per designare attività di raccolta fondi in forma di campagne rivolte al pubblico, temporalmente circoscritte e gestite mediante piattaforme web che chiunque può utilizzare in modo relativamente semplice. Quest'ultimo aspetto implica altri elementi di originalità, rispetto a metodi più convenzionali di fundraising: in primo luogo, la possibilità che qualunque individuo o organizzazione possa esporre in rete un progetto al fine di raccogliere le risorse economiche per realizzarlo, aggregando contributi anche minimi, secondo una logica di valorizzazione della 'coda lunga' dei potenziali interessati (Anderson 2006); in secondo luogo, le modalità dirette di contatto e interazione fra progettisti e diversi tipi di finanziatori, potenziali ed effettivi, rendono possibili nuove articolazioni dei rapporti fra le parti.

---

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

\*\* Email: francesco.damato@uniroma1.it

Il crowdfunding rappresenta un meccanismo di crescente rilevanza per il finanziamento di progetti artistici e culturali, il cui sviluppo è coinciso con un calo di finanziamenti pubblici e di investimenti privati in tali ambiti (Martelli, 2015; De Voldere e Zeqo, 2017; Pais, 2017; Valeri, 2017).<sup>1</sup> Creativi alle prime esperienze o operanti su mercati di nicchia e con maggiori difficoltà di accesso a canali più convenzionali di finanziamento hanno costituito una parte rilevante degli *early adopters*. Allo stesso tempo, già nella fase emergente e sempre di più nel corso della sua evoluzione, tale pratica ha coinvolto anche soggetti meno “deboli”, se non altro sul piano del posizionamento e del capitale simbolico disponibile, attratti dalla maggiore autonomia consentita dalla disintermediazione di imprese, sponsor e committenti di vario genere, o semplicemente dalla possibilità di integrare le risorse accessibili per altre vie.

Fin dall’inizio il crowdfunding per la cultura ha quindi assunto una fisionomia assai variabile, a seconda del tipo di progetti per cui viene richiesto il finanziamento e del tipo di soggetti che li promuovono, in veste di autori, curatori o produttori. Le iniziative di crowdfunding interessano ambiti disparati, quali cinematografia e produzione audiovisiva, musica, editoria, arti performative e visive, videogiochi, heritage.<sup>2</sup> Molte campagne sono promosse da individui o collettivi in cerca di fondi per l’autoproduzione di un progetto (es. registi, musicisti, scrittori, fumettisti, fotografi, compagnie teatrali, designer); tuttavia progetti e richieste possono fare capo a vari enti pubblici e privati (es. associazioni culturali, istituzioni museali, fondazioni, accademie, amministrazioni locali, imprese). Altre importanti differenze, in relazione ai promotori, possono riguardare il grado di notorietà e la reputazione, le competenze e le risorse a disposizione, convenzioni e cultura propri del particolare ambito produttivo: tutti fattori potenzialmente rilevanti rispetto ai modi di utilizzare il crowdfunding e alle performance delle campagne. Altrettanto vari possono essere gli obiettivi delle raccolte fondi: non soltanto nuove produzioni o un arricchimento dell’offerta del promotore ma – ad esempio – l’acquisizione di asset e la realizzazione di operazioni utili a superare le criticità di un’organizzazione, il sostegno al lancio di una nuova impresa, la manutenzione o il restauro di beni pubblici. Nei casi di nuove produzioni e arricchimento dell’offerta, le proposte possono differenziarsi ulteriormente in termini di fondi richiesti per coprire – totalmente o in parte – i costi di realizzazione, popolarità del genere e del tema eventualmente trattato, l’ambito e la scala di diffusione (locale, nazionale, internazionale), le modalità di sfruttamento commerciale eventualmente previste. Infine, le campagne possono avvalersi di diversi tipi di strumenti: piattaforme specializzate nel crowdfunding per specifici settori creativi, piattaforme dedicate a progetti culturali di vario genere, piattaforme non focalizzate sulla cultura ma che ospitano anche progetti di tale natura, piattaforme proprietarie dei proponenti. Le piattaforme web che forniscono servizi per il crowdfunding possono a loro volta differire sotto molteplici aspetti: la flessibilità consentita nella gestione della campagna, il livello di filtro alla pubblicazione dei progetti proposti dagli utenti, il modello di crowdfunding adottato,<sup>3</sup> la possibilità o meno di accedere ai fondi raccolti a prescindere dal raggiungimento dell’obiettivo prestabilito prima dell’inizio della campagna,<sup>4</sup> il modello di business e i costi per l’utilizzo del servizio, il tipo di supporto e di servizi aggiuntivi offerti ai promotori, sia per incrementare le chance di successo della campagna che per la concreta produzione ed eventuale

commercializzazione del progetto finanziato, anche attraverso l'istituzione di partnership con altri soggetti in grado di fornire visibilità, *know-how* e opportunità aggiuntive di co-finanziamento (*matchfunding*)<sup>5</sup> (De Voldere e Zeqo, 2017). Le piattaforme di crowdfunding non sono quindi strumenti neutri ma nuovi intermediari, con i propri interessi e modelli di business, le cui retoriche auto-promozionali e modalità di funzionamento contribuiscono alla costruzione del crowdfunding come oggetto e pratica culturale (D'Amato, 2011; D'Amato, 2014).

Nonostante nel decennio in corso il crowdfunding culturale sia cresciuto in modo esponenziale, in termini sia di iniziative che di piattaforme dedicate, circa la metà delle campagne non riesce a raggiungere il proprio obiettivo (De Voldere e Zeqo, 2017). Non sorprende quindi che una delle principali aree di indagine riguardi l'individuazione dei fattori in grado di incidere sui risultati. D'altra parte, nella misura in cui il finanziamento poggia sulla capacità dei progettisti di sollecitare in vari modi il sostegno da parte di soggetti diversi, tali indagini si intersecano con gli studi maggiormente focalizzati sulle negoziazioni e sulle riconfigurazioni di ruoli e rapporti fra produttori e pubblici. In quest'ottica il crowdfunding rappresenta uno specifico contesto all'interno del quale poter osservare in cui osservare i cambiamenti in atto nella produzione culturale e nel lavoro creativo, legati all'utilizzo di internet e alle forme di partecipazione diffusa abilitate dalle tecnologie digitali. Considerando i nessi fra i due orientamenti di ricerca, inerenti le performance delle campagne e la revisione dei rapporti fra produttori e pubblici, l'articolo intende prendere in esame quanto riscontrato in merito sia ai fattori che influiscono sulle opportunità e criticità che il crowdfunding presenta a diversi tipi di promotori e per diversi tipi di progetti, sia ai modelli prevalenti di produzione e di partecipazione che asseconda. Allo stesso tempo verranno evidenziati alcuni limiti della letteratura scientifica disponibile, allo scopo di suggerire ulteriori coordinate di analisi.

## **Il framing del crowdfunding e le trasformazioni dei ruoli creativi**

Nonostante la varietà di motivazioni che muovono i progettisti, e di retoriche utilizzate per promuovere le campagne, è possibile rinvenire alcuni motivi generali che ricorrono nella legittimazione e nella valorizzazione del crowdfunding: efficienza, differenziazione e qualità dell'offerta. Molti promotori ascrivono questi benefici alla possibilità di rendersi indipendenti dai finanziamenti di burocrazie pubbliche e sponsor privati e dalla cooptazione da parte di imprese tradizionali, ovvero dai soggetti ritenuti responsabili di varie forme di inefficienza (es. gravosità del lavoro richiesto ai progettisti dalle amministrazioni pubbliche, bassa remunerazione per i creativi, costi di produzione e prezzi per i fruitori eccessivamente alti), della penalizzazione di particolari progetti in base a criteri diversi dal merito, di tentativi di influenzarne i contenuti (D'Amato e Miconi, 2012; Gehring e Wittkower, 2015; Kustritz, 2015; Wodtke, 2015). La disintermediazione resa possibile dal crowdfunding implicherebbe quindi dei benefici per promotori e fruitori, favorendo la differenziazione, la qualità e l'autenticità delle proposte. Tuttavia, mentre per

alcuni creativi – singoli e collettivi informali - tale disintermediazione rappresenta una scelta di indipendenza e autonomia, volta non solo a una maggiore efficienza ma a esprimere senza interferenze le proprie istanze, altri la esperiscono come una scelta obbligata, l'unica possibile in una fase storica caratterizzata dal calo di investimenti pubblici e privati e da una scarsa propensione delle imprese a rischiare su promotori poco noti e su progetti culturali di nicchia o particolarmente innovativi (D'Amato, 2011; D'Amato e Miconi, 2012). Non di rado i secondi, in particolare giovani alle prime esperienze e poco noti, auspicano che il crowdfunding possa servire a conseguire risultati in grado di attrarre sponsor e produttori, come effettivamente a volte accade (Cassella e D'Amato, 2014, D'Amato, 2011). Per questi creativi il crowdfunding rappresenta quindi uno strumento *necessario* ad imprimere l'impulso iniziale a carriere che auspicano di poter successivamente sviluppare lungo binari più convenzionali. Soprattutto quando gli obiettivi non riguardano nuove produzioni, piccole imprese e organizzazioni che operano da più tempo fanno spesso appello alle difficoltà di tenere in vita un tipo particolare di attività (es. editori dediti a pubblicazioni di nicchia, associazioni e fondazioni impegnate nell'organizzazione di performance artistiche non convenzionali).

Le diversità fra promotori possono influire sia sui significati e sulle funzioni che questi attribuiscono al crowdfunding sia sul possesso delle competenze e delle risorse per condurre efficacemente una campagna e per gestire le successive fasi di implementazione del progetto, qualora finanziato. Al promotore spetta infatti l'onere di studiare il progetto, stimando accuratamente le possibilità realistiche di finanziamento; valutare la piattaforma di cui servirsi; esporre l'idea in modo chiaro e convincente, non solo al pubblico ma prima ancora al personale della piattaforma deputato a selezionare le proposte ricevute; pianificare la promozione della campagna; realizzare le azioni e i contenuti di comunicazione; monitorare costantemente l'andamento e provvedere a eventuali correttivi; soddisfare le richieste d'interazione di finanziatori e interessati; realizzare e distribuire i reward eventualmente previsti. Una volta conclusa la campagna, il promotore, qualora si tratti di individui o team creativi invece che di organizzazioni abituate a gestire il processo produttivo, dovrà decidere in che misura percorrere gli step successivi: se in autonomia o servendosi di prestazioni extra offerti dalle stesse piattaforme di crowdfunding, appoggiandosi a consulenze professionali e a nuovi servizi di supporto all'autoproduzione diffusa, oppure affidandosi ad agenzie e imprese tradizionali. Il crowdfunding può quindi innestarsi su diversi modelli di produzione, più o meno innovativi. Allo stato attuale, una debolezza della ricerca sul crowdfunding culturale riguarda proprio lo scarso approfondimento delle modalità prevalenti di organizzazione del processo produttivo a valle del finanziamento, in particolare da parte dei promotori meno abituati a vestire i panni del produttore. Anche considerando solo le attività richieste per le campagne di crowdfunding, è evidente come alcuni promotori potrebbero non essere abituati a svolgerle e non avere le competenze necessarie, spesso assai distanti da quelle convenzionalmente caratterizzanti i ruoli della "creatività primaria" (Hesmondhalgh, 2007, p. 69). Ciò può rappresentare motivo di tensione per quei creativi che adottano il crowdfunding vedendovi uno strumento utile a perseguire determinate identificazioni e aspirazioni professionali, specie in virtù della sua promessa di autonomia, salvo poi

trovarsi a dover assumere un ruolo più complesso, manageriale, che li allontana da territori familiari e identità auspiccate (Thorley, 2016).

Rispetto ai singoli creativi, organizzazioni formali, anche di piccole dimensioni, tendono naturalmente ad avere maggiori risorse e maggiore abitudine ai lavori di progettazione e promozione; tuttavia, ad alcune di esse il crowdfunding pone un problema di linguaggio. Enti come le istituzioni museali, ad esempio, possono faticare ad adottare un linguaggio informale e coinvolgente, diverso da quello normalmente usato per richiedere finanziamenti ad amministrazioni pubbliche, istituti bancari o grandi brand.<sup>6</sup> Più in generale, a tutti i tipi di promotori è richiesta una notevole capacità di networking, di stringere legami affettivi e mantenere legami a distanza, di rendersi preziosi alle proprie reti sociali e coltivare rapporti di reciprocità, di aderire a ethos comunitari, ovvero di esibire qualità relazionali fondamentali per accumulare e mobilitare il *capitale sociale* indispensabile al successo del crowdfunding (Borst et al., 2017; Buttice et al., 2017; Cassella e D'Amato, 2014; Colombo et al., 2014; Mollick, 2014; Zheng et al., 2014; Agrawal et al., 2015; Davidson & Poor, 2015; D'Amato, 2016;; Skirnevskiy et al., 2017).

## La centralità delle diverse forme di capitale sociale

Il successo delle campagne di crowdfunding dipende dalla capacità di aggregare una *folla* eterogenea di microfinanziatori, che può comprendere amici e parenti, conoscenti, appassionati al genere o al tema del progetto, estimatori e fan che seguono il promotore da prima della campagna, quanti lo scoprono in occasione della campagna e si riconoscono nei suoi interessi, soggetti che operano nello stesso settore o portano avanti progetti analoghi (omofilia), soggetti che in precedenza hanno lanciato campagne a cui il promotore aveva contribuito (reciprocità diretta), membri della community a cui appartengono i finanziati dal promotore (reciprocità generalizzata) o di quella a cui appartiene il promotore stesso (es. una scena artistica o la comunità professionale), la comunità locale che beneficia di produzioni ed eventi circoscritti a un territorio. Un'ulteriore categoria di finanziatori può consistere negli utenti più attivi sulla piattaforma di crowdfunding utilizzata. La formazione di quest'ultimo tipo di community è favorita dagli aspetti tecnici e gestionali volti ad alimentare l'interazione fra gli utenti e il coagularsi di interessi e identità culturali (ad es. attraverso la specializzazione della piattaforma su determinati tipi di progetti, generi e tematiche). Naturalmente, su queste piattaforme come in altri contesti, la possibilità di sviluppo di reciprocità diretta e generalizzata richiede anche la disponibilità di informazioni circa le azioni degli utenti.

Le reti di sostenitori possono quindi includere soggetti la cui diversa relazione col promotore influisce sulle diverse motivazioni e modalità del sostegno alla campagna. Le ricerche sul crowdfunding hanno mostrato come la maggior parte dei finanziatori provenga dalle reti di contatti personali dei promotori e dai membri delle comunità di cui sono parte o catalizzatori (come nel caso di un artista di successo o di un'organizzazione seguita da un pubblico fedele e affezionato). Più specificamente, i legami forti, i fan del promotore, ed

eventuali community coese di cui è parte, ricoprono un'importanza cruciale, in quanto tendono a costituire la parte di finanziatori più numerosa, più generosa e più sollecita. Quest'ultimo aspetto, inerente la tempistica della donazione, risulta particolarmente rilevante per accrescere la visibilità delle campagne, l'interesse e la curiosità verso di esse, e quindi le loro chance di successo (Colombo et al., 2014; Agrawal et al., 2015; Skirnevskiy et al., 2017). In tal modo fan e legami forti eserciterebbero *indirettamente* una funzione di attivazione di legami latenti esterni alle reti dei promotori. Legami forti e fan tendono anche a impegnarsi direttamente nel passaparola, in misura maggiore rispetto ad altri tipi di finanziatori, tuttavia la letteratura su reti e capitale sociale ascrive ai primi una capacità limitata di estendere le reti di sostegno (Granovetter, 1983; Field, 2008). D'altra parte alcune ricerche hanno rilevato una correlazione positiva fra le chance di successo delle campagne, da un lato, e il numero dei legami latenti (Borst et al, 2017) o il grado di diversificazione delle reti sociali dei promotori dall'altro (Hekman e Brussee, 2013), senza però chiarire in che misura le attività di comunicazione della campagna possano aver influito su tale diversificazione, rilevata al termine anziché prima del suo svolgimento. Allo stesso tempo molte ricerche mostrano una grande difficoltà – soprattutto da parte dei promotori meno noti – ad attrarre donatori esterni alle cerchie di contatti pregressi, senza chiarire se ciò possa dipendere da uno scarso supporto promozionale da parte di legami deboli e utenti della piattaforma, che in teoria dovrebbero assolvere più efficacemente alla funzione di *“bridging”* (Granovetter, 1983; Skirnevskiy et al., 2017) o dalla loro inefficacia nel riuscire ad attivare donazioni da parte dei propri contatti esclusivi (esterni alle reti dei proponenti). Piuttosto, diversi studi hanno notato l'impatto delle segnalazioni dei media e dell'*endorsement* da parte di vari tipi di influencer, sia sulla visibilità delle campagne all'esterno delle reti sociali dei promotori che sull'aumento delle donazioni (D'Amato e Miconi, 2012; Anile e Velazco, 2017). Queste considerazioni spiegano l'importanza, riconosciuta da molti promotori, di poter impiegare buoni uffici stampa. Infine, anche il tipo di piattaforma può influire sulle chance di attivare legami latenti, in base alla sua capacità di incentivare l'esplorazione dei progetti da parte degli utenti e attraverso operazioni che coinvolgono sponsor e media partner.

Le attività di mobilitazione del capitale sociale e di promozione del progetto includono il *pitch* di presentazione, contatti personali e post pubblici, aggiornamenti continui e nuovi contenuti pubblicati nel corso della campagna, spesso anche iniziative 'offline' (soprattutto eventi, utili come ulteriori occasioni di raccolta fondi). Alcuni studi hanno esaminato linguaggio e contenuti dei pitch e dei post pubblici, ravvisando varie combinazioni di prima persona singolare e plurale, di retoriche impiegate sull'autonomia creativa e sull'appartenenza alla medesima comunità, di riferimenti a cause collettive e passioni condivise ma anche a differenze di ruoli, di appeal emotivi e manifestazioni di competenza (Mitra & Gilbert, 2014; Booth, 2015a; Gehring & Wittkower, 2015; Kustritz, 2015; Scott, 2015; Wodtke, 2015; D'Amato, 2016).

Poiché il modello di crowdfunding di gran lunga più utilizzato per progetti culturali è il *‘reward-based’*, fra le attività di promozione rientra la pianificazione degli incentivi alla donazione. Dalle analisi disponibili non emergono risultati unanimi circa la loro importanza. Alcune indagini sembrano suggerire che ricoprono un ruolo significativo ma non decisivo,

soprattutto per i più giovani: un gesto utile a sancire o rinsaldare un rapporto di reciprocità, più che un incentivo in grado di stimolare la partecipazione (D'Amato, 2014; Leibovitz et al., 2014; Cassella e D'Amato, 2015; D'Amato, 2016; D'Amato, 2017; De Volvedere e Kleitia, 2017). Tuttavia altri riscontri inducono a supporre una maggiore varietà di significati, dipendenti almeno in parte dal tipo di *reward*, di relazione con il promotore e di cultura del settore (Boeuf et al., 2014; Galuszka, 2015; Scott, 2015; Leibovitz et al., 2015). Un'ipotesi credibile è che i legami forti e i finanziatori mossi da omofilia e solidarietà considerino i *reward* sostanzialmente irrilevanti, mentre per i fan conterebbero soprattutto le gratificazioni di natura simbolica e quelle in grado di alimentare un senso di prossimità ai promotori e di coinvolgimento nel progetto. Infine i legami deboli e i finanziatori seriali sarebbero più sensibili agli incentivi a cui è ascrivibile un chiaro valore economico, compresi bonus e sgravi fiscali. Le cose non sembrano cambiare in modo sostanziale nei casi di *equity crowdfunding* per piccole produzioni culturali (es. album musicali): il profitto, generalmente irrisorio, non costituirebbe tanto una motivazione in sé quanto il premio a una partecipazione esperita in modo ludico, o un'opportunità di reinvestimento sui progetti apprezzati (D'Amato, 2014; Galuszka, 2014).

## Le prospettive critiche

Gli studi che hanno guardato al crowdfunding da una prospettiva critica hanno problematizzato i discorsi che ne enfatizzano l'*empowering* dei creativi e degli appassionati di produzioni culturali, conseguente alla disintermediazione dei *gatekeeper* delle industrie culturali.

L'*empowering* dei pubblici consisterebbe nella possibilità di assumere il ruolo di coproduttori, così da ridefinire l'offerta culturale in base ai propri criteri e desideri. La prospettiva critica mette in discussione la capacità di simili pratiche partecipative di provocare automaticamente delle trasformazioni sostanziali nelle logiche e nelle relazioni di potere dei sistemi di produzione tradizionali. Se, da un lato, il crowdfunding fornisce uno strumento per il sostegno a progetti normalmente penalizzati dalle logiche di mercato, individuato da diverse ricerche come una motivazione ricorrente dei finanziatori e una delle principali funzioni che questi attribuiscono al crowdfunding (D'Amato, 2011; D'Amato 2014; D'Amato 2017), dall'altro alcuni studi hanno mostrato che il ricorso retorico al pathos e la costruzione discorsiva della donazione come acquisizione di capitale simbolico possano essere sfruttati per mobilitare il supporto in favore di promotori tutt'altro che marginali e per progetti tutt'altro che "alternativi" e privi di altre possibilità di finanziamento, ovvero a soddisfare le istanze di autonomia di quei promotori in grado di trarne i benefici maggiori. In secondo luogo, la rilevanza generalmente attribuita all'autonomia dai soggetti creativi tende a confliggere con la disponibilità di questi a implementare forme di partecipazione non limitate al finanziamento (Galuszka, 2015; Thorley, 2016). In altri termini, l'*empowering* si ridurrebbe in realtà alla scelta di cosa finanziare e in quale misura. Gli unici altri tipi di (pseudo-)partecipazione talvolta previsti, in forma di *rewards* per

determinate fasce di finanziamento, consistono nella possibilità di godere di un accesso – perlopiù mediato - al processo di produzione, grazie a continui aggiornamenti e a contenuti o eventi esclusivi. In questa prospettiva, simili *reward* vengono visti come forme consumistiche anziché produttive di partecipazione, differenziate a seconda della disponibilità al finanziamento (Gehring & Wittkower, 2015; Scott, 2015). Le declinazioni attualmente dominanti del crowdfunding sarebbero quindi assai distanti da modelli di finanziamento collettivo realmente innovativi e partecipativi, che consentano di negoziare le condizioni del contributo, ad esempio vincolando il promotore a garantire particolari diritti di utilizzo dell'output finale, a distribuirlo a un certo prezzo, ad assecondare determinate richieste progettuali dei finanziatori o a considerarne la volontà in merito ad alcune scelte commerciali (Gehring & Wittkower, 2015; Kustritz, 2015). Oltretutto, l'assenza di accordi formalizzati non fornisce alcuna tutela nei casi di deragliamento dalle linee di sviluppo del progetto prospettate ai finanziatori, incluse le deviazioni che non riguardano la forma concreta e il valore d'uso ma il significato e il valore simbolico che possono motivare i finanziamenti (ibid.). Pertanto i valori di "indipendenza", "accessibilità" e "anticommercialismo", spesso evocati nei *pitch* delle campagne, andrebbero specificati, formalizzati e resi parte vincolante dell'accordo fra progettista e finanziatore. Più in generale, i limiti alla partecipazione, stabiliti unilateralmente dai promotori, contribuirebbero a limitare il potenziale trasformativo del crowdfunding.

Vi sono però altri studi, interessati perlopiù al fan funding, che sottolineano come l'esplicito riconoscimento del valore economico delle proprie passioni e la crescente riflessività che informa la strutturazione dei rapporti fra i soggetti coinvolti nel crowdfunding (Scott, 2015), e nelle pratiche del web partecipativo in generale (Boccia Artieri, 2012a; Boccia Artieri, 2012b), consenta ai potenziali finanziatori di *negoziare* in vari modi il processo, ricavandone dei benefici significativi (D'Amato, 2014, Hills, 2015): non solo *reward* a cui viene attribuito un valore rilevante o interazioni più gratificanti con i promotori ma – soprattutto concessioni sui contenuti del progetto, che i promotori sono indotti a fare per assicurarsi il sostegno, e a rispettare per non danneggiare la propria reputazione e per mantenere il capitale sociale in grado di produrre ulteriori benefici nelle fasi successive (Cochran, 2015; Smith, 2015; Tussey, 2015). L'influenza sui progetti può quindi essere sia indiretta che diretta, in questo caso esercitata mediante suggerimenti ed esplicite richieste da parte degli utenti più attivi.

Nella misura in cui la riflessione sulle dinamiche partecipative rimane circoscritta alle pur cruciali osservazioni sulla strutturazione delle campagne, si rischia di tralasciare l'altro lato della questione: ogni persona può prendere parte al crowdfunding assumendo il ruolo di promotore, proponendo progetti aderenti a valori e interessi non riscontrati in altre proposte. C'è allora un altro aspetto da valutare: non solo le asimmetrie fra promotori e finanziatori nell'ambito delle singole campagne ma fra i promotori di diverse campagne, ovvero le differenti chance che i meccanismi di crowdfunding offrono al finanziamento di progetti promossi da soggetti differenti. Nel discorso inerente l'*empowering* dei promotori, il crowdfunding figura come uno strumento di livellamento delle possibilità di accesso alle risorse per la produzione: creativi e progetti abitualmente esclusi da altre forme di finanziamento avrebbero la possibilità di essere sostenuti direttamente dai pubblici

interessati (Bannerman, 2013; D'Amato 2014; Davidson & Poor, 2015). Poiché tuttavia la valorizzazione delle opportunità offerte dal crowdfunding richiede competenze e risorse che non tutti possiedono nella stessa misura, la prospettiva critica evidenzia come il crowdfunding possa produrre o riprodurre ineguaglianze e disparità di opportunità. Estroversione, capacità di networking e di storytelling, competenze di project planning e gestione della campagna, popolarità e reputazione, denaro da investire in ufficio stampa e produzione dei contenuti di comunicazione, ampiezza, disponibilità economica e disposizione collaborativa delle reti sociali dei promotori: sono questi alcuni dei fattori che possono fare la differenza (Brooker, 2015; Davidson & Poor, 2015; D'Amato, 2016; Pais e Valeri, 2016; Anile e Velazco, 2017).

C'è poi un'ulteriore considerazione da fare, riguardante le piattaforme. Nonostante i discorsi sulla disintermediazione, e al di là degli aspetti tecnici che possono condizionare sia la progettazione e gestione delle campagne, sia l'interazione fra gli utenti, la maggior parte dei servizi opera una preselezione delle proposte ricevute, spesso dopo una negoziazione con il promotore riguardo all'impostazione e ai contenuti di comunicazione della campagna.<sup>7</sup> Poiché i business model delle piattaforme comprendono lo scomputo di percentuali dai fondi delle campagne che raggiungono l'obiettivo, come pagamento per l'utilizzo del servizio, c'è da chiedersi quanto le valutazioni di questi nuovi intermediari tengano conto delle chance di successo dei promotori, nell'ottica di ridurre il "rumore di fondo", generato da un eccesso di proposte ritenute "deboli", che potrebbe inficiare i risultati delle altre. Detto altrimenti, andrebbe esaminato quanto i criteri di preselezione dei nuovi intermediari si discostino da quelli dei vecchi. Vale la pena notare che alcuni dei promotori più giovani e meno noti considerano l'essere selezionati da portali conosciuti e apprezzati come una delle forme di accreditamento ritenute indispensabili per farsi notare all'esterno delle proprie reti sociali, primo passo per riuscire ad emergere fra la folla di proposte generate dall'autoproduzione diffusa (Cassella e D'Amato, 2014).

Se quindi, da un lato, il crowdfunding lascia intravedere la possibilità di nuovi modelli partecipativi di produzione, dall'altro le sue declinazioni prevalenti vengono sovente interpretate come espressione di un clima che invita i soggetti creativi, soprattutto quelli più disconnessi da opportunità professionali e risorse finanziarie più stabili, a investire le proprie risorse in varie forme di auto-imprenditorialità e self-management, rapportandosi a collettività a loro volta non garantite circa i modi di impiego dei loro finanziamenti e la cui partecipazione è generalmente limitata al contributo economico (Bannerman, 2013; Booth, 2015b). Tale interpretazione inquadra il crowdfunding – e più specificamente il suo utilizzo da parte di singoli individui e collettivi informali – all'interno delle più ampie analisi critiche sui processi di soggettivazione funzionali a particolari forme di razionalizzazione della produzione e di sfruttamento del lavoro creativo, nonché delle pratiche partecipative mediate dal web (D'Amato 2011; Mazali, 2016). Il meccanismo del crowdfunding consente di redistribuire il rischio d'impresa, legato a investimenti su creativi emergenti e progetti innovativi dal riscontro incerto, su una folla di microfinanziatori, appoggiandosi però a livelli crescenti d'investimento di risorse personali, che si estendono fino a includere la sfera affettiva e relazionale, retoricamente giustificati dal beneficio dell'autonomia e dalle connesse possibilità di autorealizzazione. Da un lato ciò produce delle tensioni derivanti

sia dalla revisione di competenze e attività che definiscono identità e lavoro creativi, sia dai condizionamenti implicati nella centralità della dimensione collaborativa, che pongono il problema di bilanciare continuamente autonomia e relazionalità. Dall'altro alimenta i modelli di business dei nuovi servizi di sostegno all'autoproduzione e fornisce un utile strumento di valutazione e pre-selezione a organizzazioni in grado di riassorbire iniziative di successo all'interno di modelli di produzione convenzionali.

## Limiti attuali e coordinate di ricerca

La possibilità di comprendere e valutare il crowdfunding, senza ridurne la complessità, risente di alcuni limiti del complesso di studi attualmente disponibile. Il primo riguarda la comprensione dei nessi fra *diversi* tipi di promotori e progetti, *diverse* modalità di utilizzo del crowdfunding, incluse le strategie di mobilitazione di *diversi* tipi di capitale sociale ed eventuali modalità di coinvolgimento che vadano al di là del mero finanziamento, e risultati conseguiti. Le analisi condotte su grandi quantità di casi tendono a distinguere le campagne solo in termini di settore, senza considerare le rilevanti differenze fra promotori menzionate nella prima parte. Analogamente, le modalità di gestione e comunicazione vengono il più delle volte circoscritte ai social media e al tipo di reward utilizzati, senza entrare nel merito delle narrazioni e delle retoriche di valorizzazione che strutturano il *pitch* o delle attività di comunicazione offline. Infine le osservazioni circa il ruolo del capitale sociale risentono della generale mancanza di analisi relative alla composizione delle reti di finanziatori in termini del tipo di rapporto col promotore e dalla difficoltà ad effettuare delle network analysis non solo ego-centrate. Alcune di queste lacune sono colmate dagli studi dedicati a specifici tipi di progetti o a singoli casi, motivo per cui si è cercato di integrare gli insight dei diversi tipi di letteratura.

La ricerca sul crowdfunding culturale risente inoltre di un forte sbilanciamento dovuto alla preminenza di studi riferiti alle campagne condotte sul servizio generalista e reward-based Kickstarter, leader di settore. Una migliore comprensione delle opportunità e delle criticità del crowdfunding culturale richiederebbe anche un maggiore approfondimento del crowdfunding seriale,<sup>8</sup> degli iter di produzione successivi al finanziamento, al fine di valutarne la distanza dai modelli tradizionali, e dei modelli di finanziamento ibridi che combinano il crowdfunding con altre forme di sostegno pubblico e privato, spesso attraverso iniziative di *matchfunding*. Infine sarebbe importante vagliare più attentamente l'attività d'intermediazione svolta dai diversi tipi di piattaforme, con particolare riferimento a criteri e modalità di preselezione dei progetti.

L'avanzamento della ricerca lungo queste coordinate potrebbe contribuire a individuare o ipotizzare configurazioni del crowdfunding in grado di assicurare, da un lato, un'equa distribuzione dei finanziamenti e una ragionevole stabilità ai promotori, dall'altro una partecipazione più significativa ai processi di produzione finanziati e una altrettanto equa distribuzione dei benefici che ne derivano.

## Nota Biografica

Francesco D'Amato è ricercatore confermato e professore aggregato presso il Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale della "Sapienza" Università di Roma, dove insegna *Comunicazione Pubblicitaria e Analisi della Produzione e dei Linguaggi Musicali*. Presidente della sezione italiana della IASPM (*International Association for the Study of Popular Music*). Dal 2008 svolge ricerca sul crowdfunding, in particolare per il finanziamento di progetti culturali. Tra le pubblicazioni più recenti sul tema: Il crowdfunding per la cultura secondo gli italiani, *Comunicazione PuntoDoc* (2017); With a Little Help from my Friends, Family and Fans: DIY, Participatory Culture and Social Capital in Music Crowdfunding, *The Oxford Handbook of Music and Virtuality* (Oxford University Press, NY 2016); Investors and Patrons, Gatekeepers and Social Capital. Representations and experiences of fans participation in fan funding, *The Ashgate Research Companion to Fan Cultures* (Ashgate, Farnham 2014).

## Bibliografia

- Agrawal, A., Catalini, C. & Goldfarb, A. (2015). Crowdfunding: Geography, Social Networks, and the Timing of Investment Decisions, *Journal of Economics & Management Strategy*, 24, 2. 253-274. DOI: 10.1111/jems.12093
- Anderson, C. (2006). *The Long Tail: Why the Future of Business Is Selling Less of More*. New York: Hyperion
- Anile, M., e Velazco B. F. (2017). Storie di progetti artistici e creativi, in Civita Associazione (ed.) *Il crowdfunding nel settore culturale e creativo* (pp.111-144). Venezia: Marsilio.
- Bannerman, S. (2013). Crowdfunding Culture. *Wi: Journal of Mobile Culture*, 7, 1. Preso da: <http://wi.mobilities.ca/crowdfunding-culture/>
- Boccia Artieri, G. (2012a). Productive publics and transmedia participation, *Participations. Journal of Audience & Reception Studies*, 9, 2. 448-468. Preso da: <http://www.participations.org/Volume%209/Issue%202/25%20Artieri.pdf>.
- Boccia Artieri, G. (2012b). *Stati di connessione. Pubblici, cittadini e consumatori nella (Social) Network Society*. Milano: Franco Angeli
- Booth, P. (2015a). Crowdfunding: A Spimatic application of digital fandom, *New Media & Society*, 17,2. 149-166. DOI: 10.1177/1461444814558907
- Booth, P. (2015b). Afterword: The future of Crowdfunding, in L. Bennett, B. Chin, B. Jones (eds.), *Crowdfunding the Future. Media Industries, Ethics & Digital Society* (pp. 239-251). NY: Peter Lang.
- Borst I., Moser C., & Ferguson J. (2017). From friendfunding to crowdfunding: relevance of relationships, social media, and platform activities to crowdfunding performance, *New Media and Society*, 1-19. DOI: 10.1177/1461444817694599
- Boeuf B., Darveau J., Legoux R. (2014) Financing Creativity: Crowdfunding as a New Approach for Theatre Projects, *International Journal of Arts Management*, 16, 3, 33-48
- Butticè, V., Colombo M. G. & Wright M. (2017). Serial Crowdfunding, Social Capital, and Project Success, *Entrepreneurship, Theory and Practice*, 41, 2. 183-207. DOI: 10.1111/etap.12271

- Brooker, W. (2015). Building a Better *Kickstarter*: Crowdfunding My So-Called Secret Identity, in L. Bennett, B. Chin, B. Jones (eds.), *Crowdfunding the Future. Media Industries, Ethics & Digital Society* (pp. 233-236). NY: Peter Lang.
- Cassella M., e D'Amato F. (2014). Crowdfunding Music. The value of social networks and social capital in participatory music production, in Sarafian V. e Findley R., (eds.), *The State of the Music Industry. L'état de L'industrie Musicale* (pp. 93-122), *Civilisations*, 13. Toulouse: Presses de l'Université Toulouse 1 Capitole.
- Cochran, T. R. (2015). Crowdfunding the Narrative, or the High Cost of "Fan-acing", in L. Bennett, B. Chin, B. Jones (eds.), *Crowdfunding the Future. Media Industries, Ethics & Digital Society* (pp. 31-46). NY: Peter Lang.
- Colombo, M. G., Franzoni, C. e Rossi-Lamastra, C. (2014). Internal Social Capital and the Attraction of Early Contributors in Crowdfunding, *Entrepreneurship, Theory and Practice*, 39, 2. 75-100. DOI: 10.1111/etap.12118
- D'Amato, F. (2017). Il crowdfunding per la cultura secondo gli italiani, *Comunicazione PuntoDoc*, 15, 252-274.
- D'Amato, F. (2016). With a Little Help from my Friends, Family and Fans: DIY, Participatory Culture and Social Capital in Music Crowdfunding, in S. Whiteley, S. Rambarran (eds.), *The Oxford Handbook of Music and Virtuality* (pp. 573-592). NY: Oxford University Press.
- D'Amato, F. (2014). Investors and Patrons, Gatekeepers and Social Capital. Representations and experiences of fans participation in fan funding, in L. Duits, K. Zwaan, S. Reijnders (eds.), *The Ashgate Research Companion to Fan Cultures* (pp. 135-148). Farnham: Ashgate.
- D'Amato, F. (2011). Utenti, azionisti, mecenati. Analisi della partecipazione alla produzione culturale attraverso il crowdfunding, *Studi Culturali*, il Mulino, Bologna, 8, 3. 373-394. DOI: 10.1405/36001
- D'Amato, F. e Miconi, A. (2012). Produzione culturale, crowdfunding e capitale sociale: uno studio empirico su Produzioni dal Basso, *Sociologia della comunicazione*, 43, 135-148. DOI: 10.10.3280/SC2012-043009
- Davidson, R. & Poor, N. (2015). The barriers facing artists' use of crowdfunding platforms: personality, emotional labor, and going to the well one too many times, *New Media & Society*, 17, 2. pp.289-307. DOI: 10.1177/1461444814558916
- De Voldere Isabelle e Zeqo Kleitia (2017). Crowdfunding. Reshaping the crowd's engagement in culture. European Commission. DOI: 10.2766/011282
- Field, J. (2008). *Social Capital. Second Edition*. New York: Routledge
- Galuszka, P. & Bystrov, V. (2014). The rise of fanvestors: A study of a crowdfunding community, *First Monday*, 19, 5. DOI: 10.5210/fm.v19i5.4117
- Galuszka, P. & Brzozowska, B. (2015). Crowdfunding: towards a redefinition of the artist's role, *International Journal of Cultural Studies*, 1-17. DOI: 10.1177/1367877915586304
- Gehring, D. & Wittkower, D. E. (2015). On the Sale of Community in Crowdfunding: Questions of Power, Inclusion, and Value, in L. Bennett, B. Chin, B. Jones (eds.), *Crowdfunding the Future. Media Industries, Ethics & Digital Society* (pp. 65-82). NY: Peter Lang.
- Granovetter, M. (1983). The strength of weak ties: a network theory revisited. *Sociological Theory*, 1, 201-233. DOI: 10.2307/202051
- Hekman, E. e Brussee, R. (2013). Crowdfunding and Online Social Networks. [Conference paper]. Preso da [www.researchgate.net/publication/259921901\\_Crowdfunding\\_and\\_Online\\_Social\\_Networks](http://www.researchgate.net/publication/259921901_Crowdfunding_and_Online_Social_Networks)

- Hesmondhalgh, D. (2007). *The Cultural Industries*, Sage; trad.it (2008) *Le industrie culturali*. Milano: Egea.
- Hills, M. (2015). Veronica Mars, fandom and the 'Affective Economics' of crowdfunding poachers, *New Media & Society*, 17, 2. 183-197. DOI: 10.1177/1461444814558909
- Kustritz, A. (2015). Exploiting Surplus Labours of Love: Narrating Ownership and Theft in Crowdfunding Controversies, in L. Bennett, B. Chin, B. Jones (eds.), *Crowdfunding the Future. Media Industries, Ethics & Digital Society* (pp. 47-64). NY: Peter Lang.
- Leibovitz, T., Roig T, A. & Sanchez-Navarro, J. (2014). Collaboration and Crowdfunding in Contemporary Audiovisual Production: The Role of Rewards and Motivations for Collaboration, *Cinergie*, 4, 73-80
- Leibovitz, T., Roig T, A. & Sanchez-Navarro, J. (2015). Up Close and Personal: exploring the Bonds Between Promoters and Backers in Audiovisual Crowdfunded Projects, in L. Bennett, B. Chin, B. Jones (eds.), *Crowdfunding the Future. Media Industries, Ethics & Digital Society* (pp.15-30). NY: Peter Lang.
- Martelli, L. (2015). *Dal Crowdfunding al People raising. Analisi e riflessioni sulle raccolte culturali italiane*, Fondazione Fitzcarraldo. Preso da: [http://www.fitzcarraldo.it/ricerca/pdf/crowdfunding\\_peopleraising\\_ricerca.pdf](http://www.fitzcarraldo.it/ricerca/pdf/crowdfunding_peopleraising_ricerca.pdf).
- Mazali, T. (2016). *Digital Workers. I professionisti delle industrie creative*. Roma: Aracne
- Mitra, T. & Gilbert, E. (2014). *The Language that Gets People to Give: Phrases that Predict Success on Kickstarter*, in CSCW '14 Proceedings of the 17th ACM conference on Computer supported cooperative work & social computing. 46-91. DOI: 10.1145/2531602.2531656
- Mollick, E. (2014). The dynamics of crowdfunding: An exploratory study, *Journal of Business Venturing*, 29, 1, 1-16. DOI: 10.1016/j.jbusvent.2013.06.005
- Pais, I. e Valeri, A. (2016). *Social media e crowdfunding per la cultura*, in L. De Biase, P.A. Valentino (a cura di), *#Socialmuseums* (pp 175-184). Milano: Silvana Editoriale.
- Pais, I. (2017). Una mappatura delle piattaforme italiane per la Cultura, in Civita Associazione (ed.) *Il crowdfunding nel settore culturale e creativo* (pp.29-38). Venezia: Marsilio.
- Scott, S. (2015). The moral economy of crowdfunding and the transformative capacity of fan-ancing, *New Media & Society*, 17, 2. 167-182. DOI: 10.1177/1461444814558908
- Skirnevskiy, V., Bendig, D. & Brettel, M. (2017). The influence of Internal Social Capital on Serial Creators' Success in Crowdfunding, *Entrepreneurship, Theory and Practice*, 41, 2. 209-236. DOI: 10.1111/etap.12272
- Smith, A. (2015). The backer-developer connection: exploring crowdfunding's influence on video game production, *New Media & Society*, 17, 2, 198-214. DOI: 10.1177/1461444814558910
- Thorley, M. (2016). Virtual Music, Virtual Money: The Impact of Crowdfunding Models on Creativity, Authorship and Identity, in Whiteley S., Rambarran S. (eds.), *The Oxford Handbook of Music and Virtuality* (pp. 557-572). NY: Oxford University Press.
- Tussey, E. (2015). Fixing Television by Funding a Movie: The Crowdfunding of Veronica Mars, in L. Bennett, B. Chin, B. Jones (eds.), *Crowdfunding the Future. Media Industries, Ethics & Digital Society* (pp. 157-172). NY: Peter Lang.
- Valeri, A. (2017) Economia partecipativa, crowdfunding e progettualità culturale in Italia, in Civita Associazione (ed.) *Il crowdfunding nel settore culturale e creativo* (pp.13-28). Venezia, Marsilio
- Wodtke, L. (2015). Public Announcements with Guitars: Rock'n'Roll as Crowdfunding Cause for Amanda Palmer and IAMX, in L. Bennett, B. Chin, B. Jones (eds.),

*Crowdfunding the Future. Media Industries, Ethics & Digital Society* (pp. 173-188). NY: Peter Lang.

Zheng, H., Lu D., Wu J. & Xu J. (2014). The role of multidimensional social capital in crowdfunding: a comparative study in China and US, *Information & Management*, 51. 488-196. DOI: 10.1016/j.im.2014.03.003

## Note

<sup>1</sup> Si vedano anche altri dati inerenti il contesto internazionale (<http://italiancrowdfunding.it/crowdfunding-anno-del-boom-2015/>) e italiano (<http://crowdfundingreport.telecomitalia.com/>).

<sup>2</sup> Nell'ambito del crowdfunding culturale prevalgono campagne per progetti audiovisivi e musicali (Hekman e Brussee, 2013; Galuszka, 2015; De Voldere e Zeqo, 2017).

<sup>3</sup> La classificazione più utilizzata distingue fra *reward-based* (vari tipi di ricompensa materiale o simbolica sono previsti a seconda della quota di finanziamento), *equity-based* (il finanziamento si configura come investimento, ovvero come acquisizione di partecipazioni nel progetto che garantiscono dei ritorni sugli eventuali profitti derivanti dallo sfruttamento commerciale), *lending* (prestiti) e semplice *donazione*.

<sup>4</sup> Le piattaforme che adottano il modello *all-or-nothing*, ad oggi prevalente nel crowdfunding per la cultura, accreditano al promotore i fondi raccolti solo se viene raggiunto l'obiettivo stabilito a inizio campagna, al contrario di quanto avviene nel modello *take-it-all*.

<sup>5</sup> Le iniziative di *matchfunding* consistono nell'utilizzare la piattaforma per far incontrare progettisti e opportunità di finanziamento offerte da enti pubblici e privati con cui il servizio ha stabilito una partnership. Le forme prevalenti di matchfunding prevedono che il partner assegni una cifra prestabilita o una percentuale dell'obiettivo di finanziamento a progetti e promotori che rispondono ai criteri d'interesse fissati dai partner e le cui campagne abbiano conseguito determinati risultati.

<sup>6</sup> Questa osservazione è stata avanzata da Angelo Rindone, fondatore e CEO della piattaforma di crowdfunding Produzioni dal Basso, in occasione di un convegno (Roma, 23 Febbraio 2017)

<sup>7</sup> Il livello di filtro è tutt'altro che marginale: ad esempio in Italia, nel 2015, i siti di crowdfunding hanno accettato appena 21.384 progetti sui 100.924 proposti per la pubblicazione, vale a dire poco più del 20% (Pais, 2015).

<sup>8</sup> Alcuni studi si sono interessati al crowdfunding seriale, ossia al lancio successivo di più campagne da parte degli stessi soggetti, al fine di comprendere quanto il crowdfunding possa funzionare come sostegno alla continuità produttiva di un soggetto e allo sviluppo di carriere sul lungo periodo (Butticé et al., 2017; Skirnevskiy et al., 2017). Si tratta comunque di una linea di ricerca ancora poco sviluppata, che al momento fornisce poche indicazioni su cosa possa discriminare la riuscita o meno del crowdfunding seriale.