

Alma Mater Studiorum - Università di Bologna

DOTTORATO DI RICERCA IN  
PHILOSOPHY, SCIENCE, COGNITION, AND SEMIOTICS (PSCS)

Ciclo 33

**Settore Concorsuale:** 11/C4 - ESTETICA E FILOSOFIA DEI LINGUAGGI

**Settore Scientifico Disciplinare:** M-FIL/05 - FILOSOFIA E TEORIA DEI LINGUAGGI

IL FETICISMO DELLA SERIE RI-VELAZIONE, RIMEDIAZIONE,  
PREMEDIAZIONE

**Presentata da:** Francesco Piluso

**Coordinatore Dottorato**

Claudio Paolucci

**Supervisore**

Cristina Demaria

**Esame finale anno 2021**



## Indice

<b>Introduzione</b>	<b>5</b>
<b>Parte I: Ri-velazione</b>	<b>16</b>
<b>1. Feticci sacri</b>	<b>17</b>
1.1. Astrazione	18
1.2. Concretizzazione	21
1.3. Persone e cose	22
1.4. Comunione e rivelazione	25
<b>2. Ibridi moderni</b>	<b>30</b>
2.1. Cavilli costituzionali	31
2.2. Un lungo lavoro di mediazione	33
2.3. Tempi moderni	35
2.4. Cosmologia amoderna	36
2.5. Eccesso il proprio valore	39
<b>3. Il feticismo della merce</b>	<b>43</b>
3.1. Dal valore d'uso al valore di scambio	44
3.2. Il problema dell'oggettivazione	48
3.3. Dalla merce al capitale	51
<b>4. Forma merce e forma segno</b>	<b>55</b>
4.1. Il lavoro come <i>genus</i> comune	56
4.2. Lo scambio come matrice	63
4.3. La struttura del consumo	69
<b>5. Passioni in serie</b>	<b>80</b>
5.1. Le serie firmate	80
5.2. Condivisione ed esclusività	83
5.3. Il Fyre Festival	84
5.4. <i>Comunione</i> e liberazione	87
5.5. Il sacrificio	89
5.6. Sedotta e abbandonata	90
5.7. Attrazione fatale	94
5.8. Da Duchamp a Warhol	96
<b>Intermezzo I: Estetica della comunicazione</b>	<b>101</b>
<b>A Estetica</b>	<b>101</b>
a.1. Il senso estetico comune attraverso l'arte	101
a.2. Il senso estetico comune attraverso la tecnica	105
a.3. La deriva riflessiva dell'estetica	107
<b>B Comunicazione</b>	<b>111</b>
b.1. Luogo comune	111
b.2. Comunicazione e cultura di massa	113
b.3. Dal valore estetico alla forma (socio)semiotica	117

	<b>Parte II: Rimediazione</b>	<b>121</b>
<b>6.</b>	<b>Estetica dei media</b>	<b>122</b>
6.1.	Estensioni e amputazioni	122
6.2.	Esplosione e implosione	127
<b>7.</b>	<b>La doppia logica della rimediazione</b>	<b>134</b>
7.1.	Verso l'immediatezza del reale	135
7.2.	L'ipermediazione della realtà e la realtà dell'ipermediazione	141
7.3.	Immaginazione intermediale	145
7.4.	L'immagine digitale	149
7.5.	Strike a pose! Da <i>Vogue</i> al <i>voguing</i> e ritorno	154
7.6.	Da <i>Foxy</i> a <i>Jackie Brown</i>	158
7.7.	Immagini-schermo a Times Square	161
7.8.	Juventus: le partite evento	162
7.9.	La mosca fa <i>buzz</i> ...	165
7.10	Una storia di paura	168
<b>8.</b>	<b>La nuova arena <i>social(e)</i></b>	<b>174</b>
8.1.	#foodart	176
8.2.	#foodporn	181
8.3.	Stereotipia, selfie e meme	185
8.4.	(L)GB(T)(Q) dating app	190
<b>9.</b>	<b>La serialità televisiva</b>	<b>198</b>
9.1.	Il feticismo delle serie TV	198
9.2.	Dalla serie all'ecosistema narrativo	200
9.3.	La complessità della narrazione seriale	206
9.4.	Utopia e distopia addomesticatrice	211
9.5.	Altri mondi, stesso ambiente	214
9.6.	La social TV	219
9.7.	TV degenerat*	222
9.8.	La reality TV	230
	<b>Intermezzo II: Estasi della comunicazione</b>	<b>237</b>
<b>C</b>	<b>Comunicazione, significazione, informazione</b>	<b>237</b>
c.1.	Interpretazione a valle	238
c.2.	Il referente a monte	242
<b>D</b>	<b>Simulacri</b>	<b>246</b>
d.1.	Come la natura: imitazione e produzione	247
d.2.	Ri-produzione in serie	249
d.3.	Rivoluzione strutturale	251
d.4.	Involuzione virale: verso la catastrofe	257
	<b>Parte III: Premediazione</b>	<b>265</b>
<b>10.</b>	<b>Prevenire il futuro</b>	<b>266</b>
10.1.	9/11: evento di rottura	266
10.2.	9/11: la sfida simbolica	270
<b>11.</b>	<b>Immaginari premediati</b>	<b>275</b>
11.1.	La premediazione cinematografica	275

11.2.	Immaginari del futuro, immagini del presente	278
11.3	L'immaginario seriale	284
11.4.	Mandela non deve morire	287
11.5.	L'archeologia (del futuro) dei media	290
11.6.	Tipologia dell'immaginario	293
<b>12.</b>	<b>Miti d'oggi e di domani</b>	<b>298</b>
12.1.	Wall-E: il mito del consumo	298
12.2.	Bandersnatch: un caso chiuso	312
12.3.	Love, Death + Robots: tra mito e archeologia	320
	<b>Conclusioni</b>	<b>326</b>
	<b>Bibliografia</b>	<b>331</b>

## Introduzione

Risulta difficile stabilire sin da subito un filo conduttore, una tesi di fondo, che possa accomunare una serie molto eterogenea di spunti, idee ed oggetti di studi che hanno caratterizzato il mio percorso dottorato. A questa introduzione, più che introdurre, spetta proprio il compito di ripercorrere a ritroso tappe e passaggi del lavoro svolto in questi anni, giunto ora ad una parziale conclusione.

Nel corso della mia ricerca, mi sono occupato di svariate cose, sia per esigenza lavorativa, sia per cercare di dare un senso complessivo a tanti interessi personali, al di là della sfera più strettamente accademica. A causa di ritmi sempre più serrati e tempi che si sovrappongono, giunge il momento in cui le due traiettorie iniziano a intrecciarsi, richiedendo che ne venga in qualche modo rilevata la logica comune.

Quella di *feticismo* è la categoria che ho usato per descrivere questa logica, ovvero per comprendere il meccanismo che motiva e accomuna una pluralità di passioni personali e che permette di fare di questa stessa ragione un oggetto di studio semiotico. Così, da una pluralità di elementi si è arrivati a rintracciarne e ipotizzarne una costante, attraverso cui è stato poi possibile ricostruire il senso e il valore, tutt'altro che personale o contingente, di tutta una serie di cose.

Il processo attraverso cui è stato sviluppato questo lavoro rispecchia la stessa logica dell'oggetto trattato: il feticismo è il meccanismo attraverso cui un oggetto *singolare*, dal carattere fortemente *personale*, si carica di un fascino che gli deriva in realtà dall'essere un oggetto *comune*, che condensa in sé il valore di un intero sistema di oggetti e passioni *sociali*. Ciò che si vuole affermare è che il fascino feticistico esercitato da molti degli oggetti che ci circondano non è legato al valore soggettivo che vi proiettiamo e attraverso cui riconosciamo noi stessi, ma al loro essere disposti e strutturati in *serie*: una specifica forma a cui ciascuno oggetto-feticcio appartiene e, in maniera esclusiva, rimanda. Si tratta di oggetti attraverso cui viene sancito il ruolo sociale e il valore relazionale del soggetto, la sua appartenenza ad una determinata comunità, ben al di là di qualsiasi proiezione e mistificazione del sé individuale.

È qui che si inizia a intravedere la specificità semiotica del feticismo e di questo lavoro nel suo complesso. Il significato che l'oggetto assume per il soggetto – ciò che potremmo definire come suo *valore-segno* - non è mai un significato positivo, un attribuito a posteriori, un valore aggiunto. Si tratta invece di un

significato differenziale, di un valore relazionale immanente al piano delle relazioni che l'oggetto-segno intrattiene con altri oggetti-segni all'interno di una stessa *serie*. Ed è proprio in questa serie di relazioni che l'oggetto assume la propria identità specificatamente semiotica, nonché il proprio statuto di feticcio.

Il feticismo è l'operazione che permette di condensare e esorcizzare una complessa rete di relazioni ed elementi sociali in singoli oggetti-fetici, personalizzabili e manipolabili a nostro piacimento. Allo stesso tempo, la *singularità* dell'oggetto diventa *sinistra*: il feticcio si fa infatti portatore di un valore che di gran lunga eccede la sua pura oggettività. Da oggetti assoggettabili, i feticci diventano così elementi ibridi ed enigmatici. Come gadget concepiti per dare sfogo all'ossessione di controllo e al desiderio di oggettivazione da parte del soggetto, i feticci sono frutto dell'esacerbazione del proprio valore oggettivo e/o soggettivo. Essi si fanno portatori di un senso che non può trascendere la loro operatività autonoma, la propria coerenza interna, la propria forma seriale. Ed è in questa sua indifferenza che l'oggetto esercita tutta la sua ironia e il proprio fascino feticistico.

\*\*\*

A casa di un'amica, un giorno feci caso uno di quei moderni aspirapolvere tondi e piatti che si muovono autonomamente per tutta l'abitazione, cambiando direzione ogni qual volta trovino un ostacolo o semplicemente tocchino una parete. Mi venne presto in mente un vecchio screensaver comune a molti vecchi computer, in cui il logo della *Windows* carambolava lungo lo schermo ad ogni contatto con una sponda – ricordo starmene incantato ad aspettare che quel logo si incastrasse perfettamente in un angolo del computer, terminando così il suo percorso, la sua serie di traiettorie geometriche. Momento finale di misera vendetta nei confronti di quell'immagine in movimento che, in virtù della sua totale autonomia e indifferenza, mi costringeva a seguirla nel suo percorso sino al suo compimento.

Ritornando però al robot-aspirapolvere, ciò che destò ulteriormente la mia curiosità fu una foto appiccicata sul suo lato superiore: l'immagine del vecchio cane di famiglia che il padre della mia amica aveva voluto mettere sul robot affinché potesse in qualche modo ricordargli il girovagare dell'animale per tutta casa. Da un lato, il robot era così sovraccaricato di un valore affettivo e soggettivo, umano e per certi versi ultraterreno, nel rimando allo spirito del cane passato a miglior vita; d'altra parte, il miracolo di questo rimando a una dimensione trascendente si cristallizzava nella materialità dell'oggetto, riducendosi all'enigma

della sua operatività tecnica e del suo movimento autonomo. Profanazione e disillusione che non smetteva però di meravigliarmi e, in qualche modo, perturbarmi.

La stessa sensazione di disillusione, susseguita da rinnovata meraviglia (o perturbazione), è ciò che ho provato più volte guardando alcuni video che spopolano sui nostri dispositivi medialti. Si tratta di riprese in cui viene mostrato come sono fatti alcuni prodotti tra i più svariati: dalle sofisticate tecnologie di ultima generazione sino a banali oggetti di uso comune. Il fascino di questi video e di ciascuno di questi prodotti sta nell'esibizione della loro complessa modalità di riproduzione (più che di produzione) seriale, compositiva, assemblatrice: siamo di fronte ad oggetti fatti attraverso altri oggetti. Anche nel caso di prodotti artigianali, l'essere umano, dotato di un'abilità tecnica ben al di sopra della media, quasi disumana, sembra assumere l'operatività di un robot e l'oggettività dello stesso prodotto. Questi video *rivelano* come dietro agli oggetti non ci sia nulla se non lo stesso principio operativo riprodotto da ciascuno di essi. L'oggetto, nell'esposizione oscena della propria intimità, attira su di sé uno sguardo feticizzante, fonte di appagamento, ma causa di estraniamento: rivelazione di un'oggettività spersonalizzata, troppo pura per la *comprensione* di un soggetto.

Il soggetto, se così ancora può essere definito, non è dunque chiamato a produrre l'oggetto o a riconoscersi e compiacersi in questo. L'unica strada percorribile è quella già segnata in maniera autonoma dall'oggetto. Come in un mosaico o in un puzzle, non ci resta che ripercorrere e ricomporre la serie di elementi che assumono valore solo nelle loro relazioni e connessioni che intrattengono reciprocamente, funzionali alla realizzazione di un disegno coerente. Riflessivamente, la coerenza del disegno non sarà legata al rimando a qualcosa al di fuori di esso, alla sua funzione rappresentativa, ma proporzionale alla sistematizzazione delle proprie tessere, secondo livelli crescenti di trasparenza e, al contempo, di saturazione.

\*\*\*

Ne approfitto quindi per entrare nel merito di questo lavoro, a partire dal suo titolo: *il feticismo della serie*. L'obiettivo è quello di indagare la fascinazione verso una specifica forma – la *serie*, appunto - di organizzazione, disposizione e valorizzazione di oggetti. La serie dà forma a una specifica identità semiotica che si costituisce esclusivamente in termini relazionali: un elemento definibile esclusivamente nello *scambio* con gli altri elementi della stessa serie. Lo scambio



quindi deve essere inteso come principio di identificazione dell'elemento seriale piuttosto che come funzione tra due identità già definite. Proprio per questi motivi, avrei potuto dare maggiore rilevanza alla nozione di "scambio" piuttosto che di "serie" - magari già a partire dal titolo - ma ho preferito quest'ultima, spostando l'attenzione dal *principio* alla *forma*, per una serie di ragioni.

Prima di tutto, seppur una radicale revisione della nozione di scambio, a partire proprio da una critica del suo tradizionale uso economico, è parte fondamentale di questo lavoro, il termine comunque conserva quell'accezione strettamente economicistica; ciò ne limita l'orizzonte più ampiamente socio-culturale e il potenziale semantico che abbiamo cercato di esprimere e sfruttare in questo lavoro. Non che il termine "serie" sia del tutto esente da una connotazione economica, ma si è affermata con più solidità nel corso del tempo una prospettiva che vede nella serialità non più un semplice principio produttivo, ma una questione squisitamente formale, fonte di un particolare gusto estetico.

Difatti, per quanto riguarda l'altro termine chiave del titolo, il *feticismo*, avremo modo di vedere, proprio come fascinazione verso il carattere differenziale e relazionale di un oggetto: un carattere essenziale nel caso degli elementi di un *sistema*, di una *struttura* (altri due degni candidati al titolo) e, in particolar modo, di una *serie*. In questo gioco tra singolarità e pluralità, lo sguardo feticista è così continuamente ridiretto da un elemento all'altro della serie, e l'attrazione è sempre controbilanciata da una sostanziale esclusione da questo gioco tra oggetti seriali. In altre parole, la forma seriale ci attrae soprattutto in virtù del proprio grado di compimento e coerenza interna, per poi solo successivamente esibirci e renderci partecipi del proprio principio di funzionamento: una ricorsività che ci permette di esaltare e apprezzare ulteriormente la raffinatezza, l'automatismo e l'autonomia del meccanismo della serie – raddoppiandone il fascino feticistico.

Infine, voglio avanzare anche una motivazione al contempo strettamente personale e semiotica. Nell'introduzione a *Semiotica della cultura* – uno dei primissimi testi attraverso cui mi sono affacciato alla disciplina semiotica - Anna Maria Lorusso (2010) segnala tre riferimenti bibliografici di fondamentale importanza nello stabilire una prospettiva semiotica sulla cultura, accomunati dalla centralità della nozione di "serie". Nel caso del primo testo, l'introduzione a *L'archeologia del sapere*, Michel Foucault (1969) sottolinea la necessità di collegare eventi apparentemente disomogenei, distanti nel tempo e nello spazio, stabilendo dei criteri per la creazione sistemi di relazioni che possano avere una propria coerenza e validità epistemologica:

Il problema è quello di costituire delle *serie*: di definire per ciascuna di esse i suoi elementi, di fissarne i limiti, di evidenziare il tipo di relazione che le è specifico, di formularne la legge, e, inoltre, di descrivere i rapporti tra *serie* diverse, per costituire in tal modo delle *serie di serie*. (ivi: 11, *corsivo nostro*)

Secondo l'autore, solo in questo modo è possibile avanzare progressivamente una conoscenza *generale* di una cultura, che eviti di racchiudere “tutti i fenomeni attorno a un unico centro, principio, significato, spirito, visione del mondo, forma d'assieme” (ivi: 15), ma che sappia piuttosto evidenziare le *serie di rapporti* che questi oggetti di analisi intrattengono con gli altri oggetti della stessa serie e delle altre serie presenti nel sistema, mostrandone “tutto lo spazio di una dispersione” (ibid.).

In maniera analoga, Omar Calabrese, nel primo capitolo de *L'età neobarocca* (1987), si chiede come sia possibile individuare “un carattere, una qualità, un contrassegno generale” (ivi: 6), capace di definire una determinata epoca o cultura, caratterizzata di per sé “dall'affrontarsi di fenomeni distinti, conflittuali, complessi. Quando non addirittura incommensurabili e non confrontabili tra loro” (ibid.). Tuttavia, Calabrese afferma che gli stessi “fenomeni si costituiscono in ‘serie’ o ‘famiglie’ a causa di reciproche pertinenze” (ibid.), e che queste pertinenze non hanno nulla di essenzialistico, ma sono stabilite da chi osserva. In altre parole, è possibile costruire delle serie di oggetti, che non sono stati necessariamente costruiti in partenza come omogenei, ma che, attraverso la scelta di un criterio e la conseguente individuazione di caratteristiche formali comuni, possano produrre un determinato “effetto cultura”.

Difatti, la costituzione di serie secondo morfologie specifiche non ha solo un obiettivo puramente estetico, ma più ampiamente culturale, dal momento che le “*forme creano valorizzazioni [...] Si tratta così di cercare nella cultura delle corrispondenze fra forme testuali e percorsi valoriali delineando tipizzazioni di forme, morfologie significative*” (Lorusso 2010: 9). L'obiettivo di una semiotica della cultura è infatti quello di rilevare i criteri di *conformità* che un testo deve avere per entrare in relazione con altri testi con cui fare sistema.

Sono questi i temi trattati anche da Lotman (1980), e in particolare nell'analisi di un testo particolare quanto emblematico quale il *lubok*. Si tratta di una serie di quadretti popolari russi, solitamente molto colorati e accompagnati da brevi formule verbali, che narrano, o meglio ancora, *mettono in scena* eventi e *topoi* folkloristici. Lotman infatti afferma che nel *lubok* “è come se la didascalia teatralizzasse il disegno, facendolo considerare non in modo statico, ma come azione” (ivi. 130). Nel commento di Lorusso (2010: 11), “la parte verbale del *lubok*

trasforma il *lubok* [...] da testo enunciato a enunciazione in atto, ovvero a performance” teatrale e popolare – dal momento che spesso la fruizione del *lubok* e la lettura del testo verbale avvenivano perlopiù pubblicamente, come in una sorta di grida:

l’atto percettivo di tale quadretto richiede che lo spettatore veda il foglio e nello stesso tempo ascolti le grida pubblicitarie [...] Non si tratta di quel testo che si percepisce artisticamente, ma del materiale che serve alla ricostruzione di questo testo nella coscienza del pubblico [...] Da ciò risulta la grande partecipazione attiva del pubblico del *lubok*, che non si limita a guardare l’immagine del foglio, ma svolge l’azione attiva di compiere una ricostruzione artistica e di immedesimarsi in un gioco, in cui non ha il ruolo passivo dello spettatore, ma di quello di chi partecipa ad un’attività collettiva. (Lotman 1980: 138)

Così, il significato del *lubok* si sviluppa e stabilisce nella relazione che il testo intrattiene con il proprio cotesto e contesto culturale, nel rimando ad altre forme testuali e situazioni pratiche che vedono direttamente coinvolto il soggetto fruitore, conferendo a quest’ultimo un ruolo attivo di cooperazione nella trasformazione del *lubok* da materiale grezzo a testo significativo della cultura popolare.

Ciò che ci preme evidenziare è che, se da un lato la cooperazione del pubblico favorisca e sia favorita dalla teatralità attorno al quale si gioca la produzione e il consumo del *lubok*, dall’altro, questa stessa performance teatrale acquisisce una progressiva autonomia e chiusura riflessiva proprio nell’esplicito riferimento e nell’apertura ad altre forme testuali e culturali. Il *lubok*, difatti, riprende e integra alcuni dei tratti costitutivi del teatro; ad esempio, la cornice del quadretto assume l’aspetto e la funzione di un tendaggio teatrale che apre alla scena. Come afferma Lorusso (2010: 10), “ciò produce un grado molto alto di convenzionalità perché il *lubok* si dà come rappresentazione di una rappresentazione, segno di un segno, e dunque pone lo spettatore in un rapporto particolare, estremamente mediato con la realtà”.

Ed è proprio su questa catena di mediazioni testuali tendente ad una chiusura riflessiva che vogliamo focalizzare la nostra attenzione. L’analisi di Lotman è sicuramente esemplare nel rilevare tratti formali comuni a una pluralità di oggetti testuali, sulla base dei quali poter costruire relazioni tra questi elementi, evidenziandone la *funzione* all’interno di una determinata serie o, più ampiamente, all’interno di un sistema cultura. Tuttavia, la nostra tesi è che questa serialità e funzionalità degli elementi culturali stia perdendo progressivamente il suo carattere prospettico per acquisire uno spessore oggettivo; in altre parole, a differenza di

quanto affermato da Foucault, Calabrese e dallo stesso Lotman, non è più il soggetto umano, attraverso il proprio lavoro interpretativo, ad operare relazioni tra elementi culturali, ma sono questi stessi elementi ad essere già predisposti in serie: una serie di rimandi che il soggetto può solo ripercorrere a posteriori, godendo proprio dell'autonomia di questo meccanismo

Così, da uno sguardo prospettico, capace di distribuire, illuminare e dare senso a una serie di oggetti culturali lungo una stessa linea di fuga, di dispersione, si passa a uno sguardo feticistico, sfaccettato, per certi vista cubista o puntinista, continuamente ridiretto da un punto all'altro di un percorso chiuso e già tracciato. Se da un lato la serie si mostra come una forma imprescindibile per definire logiche di organizzazione e correlazione tra gli elementi di una cultura, il feticismo verso questa stessa forma si presenta come fascinazione contemplativa e conservatrice, strategia chiave per rimarcare e rafforzare le connessioni tra testi e oggetti, accrescendo la coerenza interna del sistema cultura, incrementandone così il fascino feticistico.

Con questo lavoro sul *feticismo della serie* si chiude così un ciclo di studi in parte aperto proprio da questi autori, che hanno gettato le basi e segnato il percorso per un approccio semiotico alla cultura, capace di evidenziarne le logiche di funzionamento e le forme di correlazione tra oggetti, testi ed elementi. Allo stesso modo, alla lettrice o al lettore non spetta che provare a ripercorrere e ricostruire una complessa (si spera non troppo complicata) catena di passaggi che hanno portato alla realizzazione di questo lavoro: un testo il cui senso, la cui coerenza (e si spera il piacere feticistico) spesso si risolve nell'assemblaggio di ciascuna delle sue parti.

\*\*\*

Nella prima parte, *Ri-velazione*, mi occuperò di alcuni dei contesti tradizionali in cui storicamente è stata applicata la nozione di feticismo: dalla religione (capitolo 1) alla merce (capitolo 3). Per ciascuno di questi ambiti, cercheremo di criticare l'utilizzo della categoria di feticismo attraverso le riletture portate avanti rispettivamente da Bruno Latour (capitolo 2) e Jean Baudrillard (capitolo 4)

In generale, ciò che verrà riscontrato è che dietro al meccanismo del feticismo, e al fascino del feticcio, non vi sia la proiezione di una soggettività alienata nell'oggetto di sua produzione – un soggetto non più capace di ricongiungersi e riconoscersi in esso. Al contrario, ciò che il feticismo nasconde e che il feticcio *ri-vela* è la propria logica di valorizzazione e feticizzazione: la stessa logica che alimenta il meccanismo di strutturazione e riproduzione del sociale in quanto

sistema di differenze (capitolo 5). Difatti, il valore feticizzato di questi elementi deriva proprio dall'essere organizzati in serie, secondo un determinato codice di scambio interno, la cui manipolazione e condivisione sanciscono l'accesso e l'appartenenza dell'attore a una determinata cerchia sociale. Allo stesso tempo, questi stessi feticci determinano l'esclusione, l'insoddisfazione e l'impossibilità di scambio con chi vi proietta o attribuisce valori positivi e significati soggettivi: soggetti impossibilitati a comprendere e ad essere compresi nel gioco di scambi interni che caratterizza gli elementi di una serie e che ne sostiene il fascino feticistico.

A seguito di questa prima parte introduttiva alla categoria di feticismo, si aprirà un primo intermezzo che, in relazione con quello che seguirà la seconda parte, ha la funzione di avanzare un dialogo, talvolta polemico, tra la semiotica e altre discipline. In particolare, si aprirà una riflessione sull'*estetica della comunicazione*, con l'obiettivo di definire le coordinate di un *luogo comune* di incontro e scontro, attrazione e repulsione tra feticista e feticcio, dove poter indagare da vicino il *senso* di questa loro relazione ambivalente.

Più nello specifico, si cercherà di ripercorrere la deriva riflessiva, autoreferenziale e *feticistica* dell'estetica in quanto facoltà, in relazione alla sua progressiva delega tecnica, e dell'estetica in quanto disciplina, nel suo riassorbimento nel domino dell'arte. Ciò mi permetterà di aprire al tema dei media, concepiti come le nostre nuove protesi tecno-estetiche, nonché come nostri principali feticci contemporanei. Si avrà modo di vedere come i media non siano più funzionali a stabilire una connessione o una dialettica tra soggetto e oggetto-mondo, ma come costituiscano di per sé un *luogo*, un ambiente chiuso e un sistema feticizzato; in altre parole, un *medium* nel quale la comunicazione da funzione transitiva diviene principio e fine dello scambio interno tra i propri contenuti feticizzati.

Nella seconda parte, *Rimediazione*, il focus si stringerà ulteriormente sui media. In ogni *medium*, il codice che determina il significato di ciascun contenuto si declina in maniera diversa: dal *flusso* della TV tradizionale, passando per la *serialità* che caratterizza ancora e soprattutto oggi gran parte del consumo televisivo, sino alla logica dello *sharing* e della *condivisione* delle nuove piattaforme digitali e dei social media.

Le analisi più specifiche sui diversi media saranno però precedute da una riflessione più generale su cos'è un *medium*, ovvero su quell'ambiente

continuamente rimodulato da una *serie* di media, attraverso cui diamo *senso* al mondo (capitolo 6). Come sostenuto da Marshall McLuhan, i media costituiscono delle estensioni dei nostri sensi attraverso cui ampliare la nostra percezione, conoscenza e dominio sul mondo. Allo stesso tempo, i media hanno la capacità di modificare il rapporto tra i nostri sensi, definendone e smussandone la presa estetica sul mondo a seconda della propria struttura specifica. Così, a un movimento di estensione ed esplosione corrisponde sempre un meccanismo di amputazione e implosione, in cui gli estremi della relazione estetica, soggetto umano e oggetto-mondo, vengono progressivamente riassorbiti e riorganizzati come elementi all'interno del loro *medium*, ovvero dell'ambiente mediale attraverso cui e di cui fare esperienza.

Sulla scia del lavoro di McLuhan, Bolter e Grusin sottolineano l'importanza di considerare ciascun medium non in quanto espressione della propria contingenza storica, ma di connettere questi singoli elementi in funzione di una riflessione più generale sulle logiche del loro sviluppo e funzionamento. Se McLuhan individua queste fasi lungo una sorta di storia evolutiva dei media, il merito di Bolter e Grusin è quello di concepire l'alternarsi di questi momenti come espressioni di una logica costitutiva degli stessi media, al di là della loro specificità tecnica e collocazione temporale. Difatti, proprio per il loro costitutivo carattere ambientale e sistemico, è necessario sapere cogliere le continue rimodulazioni che i media operano diacronicamente e simultaneamente nell'eco-sistema a cui si associano: le loro cosiddette *rimediazioni* (capitolo 7).

Attraverso la nozione di rimediazione, i due autori mettono in evidenza come qualsiasi progresso dei media, in termini di maggiore trasparenza della mediazione e in direzione di un'ideale *immediatezza* della realtà, sia sempre relativa alla modalità attraverso cui la stessa realtà è già da sempre mediata da altri media precedenti o contemporanei. Una doppia logica che sembra esplicitarsi nell'attuale condizione *ipermediale* o addirittura *postmediale*, là dove il chiaro riferimento alla mediazione del medium e alla relazione di questo con gli altri media costituisce il marchio di un'esperienza autentica, immediata, (del) reale.

Nel successivo capitolo dedicato ai *social media* (capitolo 8), si vedrà come la costruzione e l'esposizione dell'identità personale, sotto forma di profili e attraverso la circolazione dei relativi contenuti sulle piattaforme mediali, sia funzionale alla riproduzione del principio tecnico e *social(e)* di queste stesse piattaforme. Anche i contenuti apparentemente più soggettivi, sono sempre codificati attraverso specifici dispositivi, capaci di inserirli all'interno di *serie* di elementi omologhi al fine di rilanciarne la circolazione e sostenerne il valore

relazionale. *Selfie, meme, #hashtag*, sono dunque emblematici oggetti di scambio basati e finalizzati alla riproduzione di un codice condiviso, attorno al quale si sviluppano catene di contenuti e comunità di user. Tutto ciò mostra come dietro l'esaltazione e l'esposizione totale della propria soggettività individuale vi sia in realtà il bisogno di scambio e desiderio di socializzazione. Anche in questo caso, si vuole avanzare la tesi secondo cui non è il valore positivo e personale del singolo contenuto a sostenerne lo scambio e la circolazione, ma il principio social(e) dello scambio e della circolazione a sostenerne il valore feticizzato.

Tali dinamiche non sono del tutto una novità delle nuove piattaforme digitali. Seppur con meno evidenza, la *televisione* è sempre stata caratterizzata dallo stesso principio di scambio e dalla stessa forma seriale che caratterizza i social media (capitolo 9). Attraverso un progressivo lavoro di estetizzazione e riflessione sulla propria forma, la scatola nera ha da sempre marcato la sua presenza nelle relazioni sociali e più in generale nella vita degli spettatori. La serialità permette alla televisione di accrescere la propria resilienza nel corso del tempo e di definire temporalità e spazi del proprio consumo da parte dell'audience. Se già McLuhan riteneva la televisione un medium capace di stabilire un contatto con il proprio pubblico e di stimolarne la cooperazione, si vedrà come questo aspetto di interazione tattile venga oltremodo esasperato dalla nuova serialità ed estetica televisiva.

Oggi, la convergenza tra televisione e nuovi media social(i) ha ulteriormente rafforzato un meccanismo al contempo di integrazione ed esclusione sociale della spettatorialità. In particolare, attraverso l'esempio delle nuove forme di serialità complessa (Mittell 2015), si dimostrerà che l'apertura all'attività interpretativa e produttiva dell'audience su altre piattaforme e, in generale, il rimando alla *realtà* al di qua del teleschermo, è in realtà funzionale all'accrescimento dell'autonomia e della coerenza interna di un sistema ipermediale che costituisce oggi il nostro ambiente esperienziale e reale. È proprio nell'integrazione con i nuovi social media che la TV si rende protagonista dello sviluppo di un ecosistema sempre più anestetizzato e feticizzato, in cui la nostra presenza, il nostro continuo passaggio da un medium all'altro, è esclusivamente funzionale alla sua saturazione e *saturazione*.

In continuità con il primo intermezzo, una seconda sezione più strettamente teorica servirà ad estendere l'analisi del feticismo e dei feticci ad una più ampia riflessione teorica sulla semiotica, sulle sue soglie e frontiere, di fronte

l'esacerbarsi delle logiche culturali e sociali che caratterizzano il nostro tempo. Dall'estetica si passerà quindi all'*estasi della comunicazione*.

In particolare, facendo riferimento al lavoro di Umberto Eco, verrà ipotizzata la necessità di rileggere l'estetica della comunicazione e dei media in una prospettiva più strettamente semiotica e, in particolare, attraverso una teoria dei codici (e verso una teoria dell'informazione), che possa evidenziare la natura feticistica del rapporto *con* e *tra* i media.

La specificità semiotica del feticismo verrà ulteriormente sottolineata da un nuovo confronto con il lavoro di Jean Baudrillard. Attraverso la successione degli ordini simulacrali, l'autore porta avanti una ricostruzione dello statuto del segno; in particolare Baudrillard mette in evidenza la capacità del segno di simulare un rimando al proprio referente al fine di una sua progressiva integrazione in qualità di contenuto di significazione. Ciò permette ai sistemi semiotici di accrescere la propria autonomia, la propria coerenza interna e, di conseguenza, il proprio fascino feticistico.

Infine, nella terza e ultima parte, ci occuperemo della logica della *Premediazione*, teorizzata da Grusin per certi versi in continuità, per altri in rottura, con la logica della rimediazione (capitolo 10). L'attacco terroristico alle Torri Gemelle dell'11 settembre 2001 è sicuramente l'evento cruciale che in parte segna il passaggio dalla logica della rimediazione a quella della premediazione, rimodulando le dinamiche del rapporto tra sistema dei media e realtà.

In particolare, ciò che verrà messo in evidenza è la progressiva capacità del sistema mediale - e più in generale della logica della significazione - di spingersi oltre i propri termini (s-terminazione), di andare oltre la propria fine, attraverso la premediazione di qualunque immaginario o realtà di una sua catastrofe futura (capitolo 11).

L'ultima sezione (capitolo 12) sarà dedicata all'analisi di alcuni esempi di premediazione: da *Wall-e* a *Love, Death + Robot*, passando per l'ormai classico *Black Mirror*. Come emergerà dall'analisi, si tratta di casi di studio scelti anche per la loro forte componente feticistica. Attraverso questi esempi si cercherà dunque, ancora una volta, di comprendere la complessità e il piacere del feticismo: un tentativo di analisi che motiva questo lavoro sin dall'inizio.



**Parte I**  
**Ri-velazione**

## 1. Feticci sacri

La storia del feticismo come fenomeno si intreccia strettamente con quella del “feticismo” come categoria critica dello stesso. Il termine “feticismo” ha assunto nel corso del tempo diversi valori e significati, derivati da precedenti utilizzi di questa categoria piuttosto che da un comune contesto di applicazione o fenomeno da descrivere.

È proprio in questo senso che la nozione di feticismo è diventata essa stessa un feticcio<sup>1</sup>: una categoria nata per interpretare un certo tipo di fenomeni e/o oggetti, della quale, nei suoi molteplici usi e riadattamenti, si è persa la capacità descrittiva, la specificità. Secondo Ellen (1988: 220), il feticismo si presenta difatti come un “idra complesso”, ed è necessario “tagliare quante più teste possibili e iniziare a ricostruire il suo concetto al fine di domare la bestia”<sup>2</sup>.

Il mio obiettivo è quello di rilevare tratti comuni a questa serie di usi del termine, al fine di riformulare una categoria adatta al mio ambito di analisi. Pur consapevoli del rischio, tale ritaglio e riappropriazione non vuole contribuire ad una moltiplicazione dei significati e ad una ulteriore feticizzazione della categoria di feticismo; piuttosto, l’obiettivo è di dimostrare come questo aspetto ricorsivo, questa catena *feticizzante*, sia implicita nello stesso meccanismo del feticismo.

Per restituire la complessità della questione del feticismo è forse opportuno partire da quelle che sono le origini di questo fenomeno e della relativa nozione. L’ambito religioso è stato probabilmente il primo contesto di analisi del fenomeno; un punto di vista sul feticismo nei discorsi e nelle pratiche religiose sarà utile a estendere e generalizzare tale nozione al più ampio scenario socio-culturale in cui si danno i diversi culti. Difatti, piuttosto che un’analisi specifica di determinate religioni, l’obiettivo è di evidenziare il ruolo paradigmatico del sistema religioso, il cui feticismo sottende quello del sistema sociale di riferimento nel suo complesso. Attraverso la feticizzazione della sfera del sacro, ciò che è feticizzato è l’intera *semiosfera* di una specifica società: un meccanismo nel quale valori culturali e relazioni tra elementi e attori immanenti al contesto sociale vengono astratti in qualità di segni sacri e relazioni tra soggetti e oggetti trascendenti.

---

<sup>1</sup> Sulla questione del feticismo come categoria-feticcio, e del *bias* culturale che la sottende, si veda Evans-Pritchard (1965), Crick (1982), Ellen (1988) e Pool (1990).

<sup>2</sup> Come in questo caso, qualora non sia segnalata in bibliografia una edizione italiana del testo di riferimento, la citazione riportata in lingua italiana sarà da considerarsi frutto di una traduzione personale. Al contrario, qualora il testo preveda una versione in italiano (così come segnalato in bibliografia), la citazione e il numero di pagina riportati nel testo corrisponderanno all’edizione italiana, mentre l’anno farà fede all’edizione in lingua originale.

A seguito di questo processo di astrazione, il sacro necessita di riacquisire un significato umano affinché la fascinazione e l'attrazione verso questi elementi trascendenti possa consumarsi. È per questo motivo che gran parte dei discorsi e delle pratiche religiose prendono luogo durante rituali collettivi, volti alla condivisione e alla riproduzione di un codice religioso (ma inevitabilmente sociale) comune, attraverso cui regolare gli scambi tra i fedeli; si tratta di scambi di segni culturali materializzati da una serie di cose, feticci. Ed è proprio attraverso quest'ultima categoria che ci proponiamo di comprendere non solo la religione attraverso una prospettiva socio-semiotica, ma le stesse logiche semiotiche della cultura e del sociale a partire dall'ambito religioso, dalla sfera del sacro.

### 1.1. Astrazione

Ogni religione presenta i suoi discorsi, miti, rituali e oggetti sacri. La relazione tra tutti questi elementi espressivi va a costituire specifici sistemi semiotici di credenze e valori. Ad ogni modo, al di là di questa grande varietà e peculiarità, si può dire che tutte le religioni consistono in una prospettiva condivisa su elementi che apparentemente *trascendono* la più concreta e mondana sfera del quotidiano.

Tuttavia, questo sguardo trascendentale si rivela essere molto più strutturale e *immanente* di quanto sembri. Ogni religione prescrive un insieme di valori e pratiche riferite non solo ad elementi astratti – comunemente detti sacri - ma riguardanti in modo concreto la vita sociale e materiale delle specifiche comunità di fedeli. È per questi motivi che il discorso religioso non è interpretabile semplicemente in termini di sovrastruttura ideologica o falsa coscienza. Dietro la *positività* di questi significanti sacri – ovvero del rimando a un'idea o un'ideale che trascenda la loro occorrenza materiale e specifica - è il loro valore *differenziale*, la loro sistematicità, ciò che rende la religione un codice condiviso funzionale allo scambio sociale tra i fedeli e alla riproduzione della loro comunità.

Questa constatazione della natura relazionale e strutturale del valore religioso trova fondamento nella teoria semiotica e, in particolare, nella semiotica della cultura e nella sociosemiotica, come discipline e campi dove poter mettere alla prova la naturale vocazione socio-culturale della teoria della significazione (cfr. Eco 1975). Secondo Jurij Lotman, ciascuna cultura o *semiosfera* intrattiene con i propri testi, valori e oggetti un rapporto di isomorfismo, ovvero di rispecchiamento reciproco e interdipendenza funzionale, in quanto strutturati secondo le stesse logiche. Analoga è la posizione di Eric Landowski (1989), secondo cui la società si riflette nei propri discorsi e sottosistemi di segni. La religione costituisce proprio

uno di questi sottoinsiemi di testi culturali e discorsi sociali nei quali cultura e società si riflettono. A tale proposito, seguendo la stessa prospettiva socio-semiotica di Landowski, Guido Ferraro (2008) afferma che la religione agisce come un regime discorsivo, significando e proiettando valori immanentemente sociali nella (semio)sfera del sacro.

La posizione avanzata da Ferraro trae ispirazione dall'analisi condotta da Émile Durkheim ne *Les formes élémentaires de la vie religieuse* (1912). In questo lavoro, il sociologo sostiene che “lo scheletro del nostro pensiero”, ovvero il fondamento della nostra conoscenza e ragione, si sviluppa proprio a partire dall'ambito religioso, non perché abbia di per sé una natura metafisica, ma, al contrario, perché è il risultato di una calcificazione della cultura e della società nei suoi discorsi e attraverso i propri rituali. Secondo l'autore, molte delle credenze e delle pratiche religiose appaiono sì del tutto irrazionali, al punto da mettere in questione il livello di sviluppo e di *civilizzazione* di una comunità; tuttavia, tali rituali trovano ciò che lo stesso Durkheim chiama “validità simbolica” – che noi potremmo ulteriormente declinare in termini di “validità semiotica”. Difatti, i rituali religiosi non hanno un valore del tutto trascendente, arcano, ma mettono in pratica una serie di segni capaci di dare senso ad aspetti fondamentali della vita sociale e concreta dei partecipanti. In altre parole, dietro l'apparente irrazionalità del *significante religioso*, si cela la realtà, e quindi la razionalità (secondo una prospettiva che Durkheim riprende da Hegel e Feuerbach) del suo *significato sociale*.

L'aspetto cruciale e ingannevole di questo meccanismo socio-semiotico è che l'oggetto sociale, una volta tradotto nel suo significante sacro, deve mantenere il proprio carattere trascendente senza possibilità che venga profanato. Per esempio, nella tradizione Giudaico-Cristiana, esistono una serie di elementi e norme che proibiscono ai credenti di nominare il nome di Dio invano, ovvero in contesti altri da quello religioso<sup>3</sup>. In generale, il divieto di profanare l'oggetto del culto è un aspetto comune a moltissime religioni.

L'interdizione che solitamente caratterizza il sacro è un raddoppiamento dell'interdizione di base che vige sul rapporto tra il significante religioso e il suo significato sociale. Tale relazione rimane di per sé interdotta al fine di far apparire e riprodurre il sacro in qualità di un oggetto autonomo e trascendente. È precisamente attraverso la mistificazione di tale proiezione che la religione diviene un discorso sociale paradigmatico, capace di riprodurre all'interno del suo

---

<sup>3</sup> Spesso, tale limitazione è estesa anche durante le stesse pratiche liturgiche.

specifico dominio il più ampio meccanismo di oggettivazione e feticizzazione che caratterizza il sociale nel suo complesso.

Tale affermazione trova fondamento nella teoria – per certi versi socio-semiotica – di Jean Baudrillard (cfr. 1972; 1976). L'autore afferma che la significazione è un'operazione che istituisce una barra feticizzata volta a marcare la relazione, ma inevitabilmente la separazione, tra la catena di significanti e i rispettivi significati<sup>4</sup>. Il discorso religioso esemplifica efficacemente questo meccanismo della significazione: nel tentativo di mediare il sacro e il mondano, di dare un senso umano e materiale a ciò che lo stesso discorso ha costruito come trascendente, la religione significa il sacro in opposizione a ciò che è umano, riproducendo all'interno della sua stessa struttura semiotica l'astrazione di partenza<sup>5</sup>.

La relazione feticizzata con il sacro può essere decostruita partendo ancora una volta da Durkheim e, in particolare, dalla sua celebre analisi del *totem* (1912). Nonostante la mancanza di una moderna terminologia semiotica, Durkheim offre un'accurata spiegazione del doppio processo di significazione che sostiene il senso dell'oggetto totemico. Il totem, nella sua materialità, rappresenta la *sostanza* dell'espressione della classe astratta delle 'divinità totemiche', che, a sua volta, costituisce la *forma* dell'espressione – il *significante* – della comunità di credenti, o clan: il *significato* profondo del totem. Durkheim mette in evidenza come il culto da parte della/del credente, già sviato dal clan al suo significante religioso – la/le divinità – è ulteriormente reindirizzato verso la sostanza materiale di questa relazione semiotica: ovvero il totem in sé. Dunque, è il totem in quanto 'cosa' ad acquisire un valore sacro, non più come *rappresentazione* della divinità, ma come sua *presentificazione* e materializzazione. In questo modo, il sistema di valori del clan, una volta tradotto e astratto in una serie di elementi trascendentali, è riportato alla sua radice concreta, materiale e mondana. Tuttavia, nonostante la capacità di rimaterializzare e concretizzare ciò che appariva come trascendente, il totem mantiene nascosto la radice strettamente sociale da cui trae il proprio valore e il relativo culto. Attraverso il meccanismo semiotico, l'oggetto si carica di un potere religioso (e sociale) che sembra essere emanato dalla cosa in sé, ma che in realtà lo eccede: ecco come il totem diviene un *feticcio*.

---

<sup>4</sup> Più avanti e a più riprese, analizzeremo in termini più propriamente semiotici le posizioni di Baudrillard.

<sup>5</sup> A tale proposito, non sembra essere una coincidenza che la parola "sacro" derivi dal verbo latino *sacere*, ovvero "separare".

## 1.2. Concretizzazione

Il processo di “astrazione” nel dominio del sacro è dunque controbilanciato da un processo di “concretizzazione” (cfr. Ellen 1988)<sup>6</sup> del sacro in oggetti materiali, cose, feticci.<sup>7</sup> Tale meccanismo è implicito già nella nozione di “feticismo”, così come coniata da Charles de Brosses nel suo *Du culte des dieux fétiches* ([1760] 1988). L’autore, nella sua ricerca etnografica su diverse forme religiose tra le popolazioni africane a inizio del XVIII secolo, definisce feticismo quel tipo di culto rivolto proprio a oggetti materiali inanimati così come ad altre entità non umane, tra le quali animali e fenomeni naturali, a cui vengono assegnate caratteristiche umane e, in molti casi, addirittura sovraumane, divine. Secondo Fusillo (2012: 230), è necessario sottolineare come queste cose o entità, piuttosto che un *medium* di connessione con il trascendente, costituiscono di per sé gli oggetti di culto. Su questo specifico punto, molti studiosi hanno fornito il loro contributo al fine di sviluppare un’analisi degli oggetti feticci. Sansi Roca (2015: 105-106) afferma che,

Il feticcio è il vero oggetto di culto: non solo la rappresentazione o l’immagine del divino, ma anche l’oggetto materiale o l’evento naturale che è adorato di per sé come divinità [...] opposto al discorso dell’idolatria, questi esploratori avevano compreso che l’*africano* adorava l’oggetto in sé come divinità, non come immagine (idolo) del dio.

A tale proposito, Pietz (1985; 1987) parla di “materialità non trascendente”, proprio al fine di evidenziare la capacità specifica del feticcio di andare oltre la separazione tra sfera dell’umano e sfera del divino attraverso la riconnessione di quest’ultima con la più concreta e mondana esperienza della/del credente. Sulla stessa questione, Ellen (1988: 226) pone in relazione al meccanismo di concretizzazione la cosiddetta “fusione tra significante e significato”, sottolineando come il centro nevralgico della significazione e della pratica feticista si sposti progressivamente sulla sostanza dell’espressione, che incorpora in sé il significato al punto di coincidere con quest’ultimo<sup>8</sup>.

---

<sup>6</sup> Declinabile anche in termini di “reificazione” o “cosificazione” (in Taussig 1980)

<sup>7</sup> Pur apparentemente opposti, entrambi i momenti sono parte di uno stesso meccanismo di oggettivazione e feticizzazione del sociale. “Oggettivazione” non è difatti sinonimo “concretizzazione” o di “reificazione” in un oggetto materiale; difatti, l’oggetto, sia esso una cosa concreta, un fenomeno esperibile oppure discorso astratto, va compreso nella sua accezione generica ed etimologica di *obiectum*, ovvero di elemento gettato, esternalizzato: per certi versi, semiotizzato.

<sup>8</sup> A tale proposito, si veda il caso dell’Eucarestia e del relativo sistema di *character* nella sezione 1.4.

La strategia che sta dietro la concretizzazione del sacro nell'oggetto materiale è quella di riottenere un parziale controllo sulla sfera del sovrannaturale: una messa in scena per domare, attenuare e, più radicalmente, per porre fine alla vitalità dell'*altro*, alla forza dello spirito (e del sociale) che ci trascende: “la potenziale minaccia, ovvero la vita, è sostituita da qualcosa di simile, ovvero una vita artificiale, meno spaventosa e più prevedibile” (Cereda 2010: 2). Astrazioni e proiezioni tornano così a concretizzarsi in oggetti materiali, cose tangibili: feticci.

Tuttavia, Il tentativo di controllare la forza spirituale (e la complessità sociale) attraverso la sua materializzazione in un singolo oggetto-feticcio è superata dalla stessa forza acquisita e incorporata dall'oggetto feticizzato – un valore che eccede l'oggetto e da cui ne deriva il culto e, per certi versi, la sottomissione nei suoi confronti; come afferma Pool (1990: 118), “le persone concretizzano le astrazioni e le trasformano in oggetti, che possono essere manipolati, ma nel processo lo stesso oggetto diviene un agente capace di influenzare le persone”. Della stessa opinione è Ellen (1988: 223), che sostiene che “l'attribuzione di proprietà di organismi viventi ha l'obiettivo di animare ciò che prima è stato concretizzato”.

Detto ciò, è possibile constatare un doppio processo: da un lato, si ha la *reificazione* della persona, la cui specificità umana e le cui relazioni sociali vengono proiettate nella relazione *con* e *tra* gli oggetti feticizzati; dall'altro, l'*animazione* e l'*antropomorfizzazione* della cosa o, più in generale, dell'elemento non-umano (Ellen 1988: 223-225). La specularità tra questi due momenti implica inevitabilmente una sorta di *inversione* tra persone e cose: “dotando la potenza materiale di una capacità intellettuale e offuscando la vitalità umana con una forza materiale” (Cereda 2010: 1).

Ellen (1988: 228) sostiene come tale inversione comporti “un'ambigua concettualizzazione del potere”, dal momento che è possibile registrare “l'attribuzione all'oggetto di proprietà che esso non possiede realmente e che dovrebbero essere correttamente riconosciute come umane” (Dant 1996: 495). Sulla stessa questione, Sansi Roca (2015: 106) sottolinea come, “i selvaggi adorano eventi e fenomeni inaspettati che non possono comprendere e controllare, rivolgendosi a loro come persone dotate di una volontà e di una potenza *superiore* a quella degli esseri umani, come divinità”.

### 1.3. Persone e cose

Una sintesi di tutti questi elementi e aspetti del feticismo evidenziati sinora ci è data dal processo che Ellen (1988: 223) definisce di “personificazione”. Secondo

l'autore, Il feticcio si anima proprio in quanto acquisisce parte dell'identità della persona che lo possiede, sino al punto di alienarla, di sostituirsi ad essa. In particolare,

I feticci sono oggetti strettamente personali [...] una forma di personalità distribuita che deve evitare di disperdere i propri pezzi per scongiurare il rischio di un sortilegio, e aggiungerli come elementi del proprio corpo, affinché possano operare come uno *scudo*. Tuttavia, ovviamente, per far funzionare questi *scudi* una persona deve dare delegare parte di se stessa a questi, come in uno scambio tra persona e cosa: il feticcio diviene parte della persona, non un semplice strumento tecnico di mediazione. (Sansi Roca 2015: 107-108)

La personificazione del feticcio, piuttosto che una forma di riconnessione tra essere umano e entità divina, è motivo di ulteriore alienazione ed estraniamento. È difatti necessario spostare l'attenzione dalla categoria umano (concreto) vs. spirituale (astratto) verso la relazione fondamentale tra persona e cosa. L'ipotesi che si vuole avanzare è che quella "potenza superiore" (*supra*) del feticcio rispetto all'essere umano, non si crei tanto nella differenza tra due diversi piani, quello superiore e trascendente del sacro e inferiore e materiale dell'umano. Piuttosto, essa consiste nella relazione differenziale tra la cosa e la persona, immanentemente allo stesso piano strutturale, socio-culturale.

L'identità della persona viene distribuita nelle cose e costituita a partire dalla relazione con queste. Secondo Fusillo (2012: 21), il punto di partenza è dato dalla rottura di questa relazione: un'integrità perduta per sempre, di cui il feticcio rappresenta una contraffazione dal momento che, nella sua ambiguità e singolarità, non fa che incrementare la tensione creatasi dalla rottura. Come infatti spiega Taussig (1980: 36):

Se è una prospettiva atomistica a prevalere, così come accade nella nostra cultura, la cosa isolata in sé deve inevitabilmente apparire come una cosa animata, dal momento che in realtà è parte di un processo attivo. Se noi "cosifichiamo" parti di un sistema vivente, ovvero consideriamo tale parti come mere cose, esse allora ci appariranno come cose animate, feticci. Ecco perché la reificazione conduce al feticismo.

La rottura di questo equilibrio avviene nel momento in cui la persona ambisce a divenire soggetto, interpretando le cose, in cui la sua identità relazionale è distribuita, in oggetti attraverso cui riconoscersi e ricongiungersi con se stesso in qualità di soggetto. Così, se da un lato la cosa viene oggettivata, dall'altro conserva



un valore che di gran lunga eccede la sua presunta oggettività assoggettabile - ecco come la cosa diviene feticcio:

Un feticcio è instabile, e per questa ragione, esso può essere pensato come esistente in uno spazio neutro compreso tra il soggetto e l'oggetto. Per il feticista, questo spazio è sovraccarico di una quantità straordinaria di tensione. Il feticista non può tollerare l'ambiguità del suo oggetto e ha la necessità di risolverla. Ciò che doveva essere un simbolo di connessione è diventato una tale maledizione [...] Egli/ella non può possedere totalmente l'oggetto perché questo non è del tutto come lui/lei, ma allo stesso tempo, egli/ella non può nemmeno abbandonarlo, perché non è del tutto altro da sé. Lo spazio tra il soggetto e l'oggetto, laddove il feticcio oscilla così disperatamente, è talmente pericoloso che il soggetto vorrebbe chiuderlo, ma non può, dal momento che né soggettivazione, né reificazione saranno mai del tutto complete. (Levin 1984: 42 -3)

Ciò ci porta a ridefinire le coordinate del feticismo nel suo complesso. Infatti, non ci troviamo più di fronte a un soggetto individuale che racchiude in sé ogni dualismo, un'ideale centrale, assoluto, nonostante, o piuttosto, in virtù delle proprie esternalizzazioni e oggettivazioni. A tale proposito, Sansi Roca (2015: 107) nota come "sebbene gli Africani riconoscevano che le loro divinità erano oggetti di loro manifattura, essi adoravano queste cose invece di venerare il loro creatore"; questo perché "il problema delle religioni elementari non è la distinzione tra spirito e corpo, ma la rappresentazione di un'entità collettiva al di là dell'esperienza immediata" (ibid.). Per argomentare tale affermazione, anche Sansi Roca fa riferimento a Durkheim e, in particolare, alla sua analisi del totem. Come visto in precedenza, il totem non è una rappresentazione metaforica o una presentificazione concreta di un oggetto trascendentale, finalizzata a superare un presunto dualismo tra corpo e spirito interno al soggetto; piuttosto, il totem è una condensazione metonimica di una catena di elementi sociali (persone, cose, fenomeni), finalizzato a far riconnettere la persona con questi frammenti in cui è stata distribuita la propria personalità relazionale, la propria identità relazionale e sociale.

Il mancato riconoscimento di questa relazione identitaria che si instaura tra persona e totem, e la conseguente cosificazione e oggettivazione di quest'ultimo è ciò che lo rendono un feticcio - oggetto contraffatto in cui il soggetto cerca invano di trovare unità con se stesso:

Qualcosa che costitutivamente non c'è, né d'altronde c'è mai stato, è sostituito con un oggetto parziale che prende il suo posto, negando ed affermando contemporaneamente l'assenza che si sta colmando. Il procedimento della negazione

e della sostituzione, correlati diretti dell'assenza, è giocato tutto su un oggetto che definiremo congiuntivo: il feticcio è una sorta di condensazione, di compromesso, tra presenza e assenza. (Diazi 2012: 231)

#### 1.4. Comunione e rivelazione

Cercando di mantenere lo stesso approccio generale e formale, la nostra attenzione vuole ora soffermarsi su un sistema religioso specifico quale il Cristianesimo, all'apparenza molto distante rispetto alle forme di culto prese in considerazione sinora. Sebbene spesso concepita come una religione avanzata rispetto ai culti feticistici premoderni, lo stesso Cristianesimo è caratterizzato da una serie di elementi comuni a molte religioni e ascrivibili alla categoria di feticismo.

Alcuni suggerimenti per una cornice comune di analisi dei culti e delle religioni arrivano dallo stesso de Brosses. Dopo aver coniato la nozione di feticismo per descrivere le forme premoderne di culto di alcune popolazioni dell'Africa, lo studioso mette in evidenza come le moderne religioni occidentali mantengano lo stesso principio feticista da cui esse si sono sviluppate: un nucleo "diffuso tra tutte le persone dell'universo, in tutti i tempi e in tutti i luoghi [...] una mentalità di questo tipo è la più comune persino nei secoli illuminati e tra le nazioni civilizzate" (de Brosses 1988: 185-186).

Lo stesso autore spiega come l'attenzione alla sacralità, o meglio, al processo di sacralizzazione degli oggetti materiali è sempre correlato all'antropomorfizzazione di questi stessi oggetti; invero, è precisamente questo aspetto di investitura dell'oggetto con "desideri e passioni simili a quelle umane" (ivi: 206) che diviene il principale indicatore del livello di feticismo della pratica religiosa. A questo proposito, Freeman (2014: 205) commenta che "mentre l'evoluzione religiosa traspone le forme primitive di antropomorfismo dagli oggetti sensibili verso astrazioni teologiche recondite, quest'ultime rimangono irrazionali e prive di fondamento nella stessa misura delle basi primordiali da cui si sono evolute". Inoltre, il livello di astrazione che differenzia e caratterizza le moderne forme di antropomorfizzazione del sacro, non sono mai indipendenti da uno speculare aspetto di reificazione.

Nel Cristianesimo, questo doppio meccanismo, esplicabile attraverso la categoria /connessione vs. separazione/ ha origini antiche. Tale categoria riproduce è a sua volta collegata alla categoria /conoscenza vs. mistificazione/. Come visto in precedenza tramite il lavoro di Durkheim, l'essenza immanentemente socio-

culturale di tale conoscenza è tradizionalmente *schermata* (nel doppio senso di mediata e nascosta) da una struttura di credenze e valori trascendentali e religiosi<sup>9</sup>. Non è una coincidenza che la conoscenza, come un potenziale mezzo di connessione tra il sacro e l'umano, o piuttosto, come uno strumento semiotico capace di dare al trascendentale il suo originale significato sociale, è spesso stata oggetto di demonizzazione da parte delle norme religiose.

Nella tradizione Cristiana, la conoscenza è solitamente legata alla materialità e alla mondanità, in quanto dimensione separata e per certi versi opposta alla sfera del sacro, di cui si contempla il mistero e premia la fede. Per esempio, nel mito fondativo di Adamo ed Eva, l'assaggio e il sapore (dal latino *sapor*, che condivide la stessa radice di *sapere*: "conoscere") del frutto della conoscenza, la mela (dal latino *malum*, che significa anche "male"), condanna gli esseri umani alla mortalità e alla separazione da Dio. Allo stesso modo, la ritualità cristiana, nel tentativo di riconnettere Dio e credenti attraverso un sistema di oggetti feticci, che possano dare conoscenza e senso umano a ciò che è trascendentale, è per certi versi costretta a riprodurre il peccato originale.

In particolare, la natura ambivalente della relazione con il sacro, è esemplificata attraverso la figura di Gesù Cristo, al contempo umana e divina, e riprodotta nell'Eucarestia. A questo proposito, Costantino Marmo (2008) porta avanti un'interessante lettura semiotica di un documento storico della prima metà del IX secolo, scritto da Pascasio Radberto<sup>10</sup>, un monaco dell'abbazia tedesca di Corvey. L'obiettivo di Pascasio era quello di dimostrare come il pane e il vino consacrati durante l'Eucarestia non costituissero mere rappresentazione metaforiche del corpo e del sangue di Cristo, ma la loro attuale presenza e incorporazione.

L'argomentazione portata avanti da Pascasio è basata sulla credenza di Dio come creatore del Cielo e della Terra, e di tutte le cose, *ex-nihilo*; partendo da questo principio di fede, l'evento della transustanziazione, vissuto come un miracolo secondo le leggi della natura e della scienza, diviene una normalità, o meglio, una *norma* secondo la legge e la volontà divina. Lo sviluppo argomentativo di Pascasio porta a mettere in evidenza la dialettica tra l'unicità del miracolo del sacrificio di Cristo, e la sua ripetizione durante il momento liturgico dell'Eucarestia. In questo rituale collettivo, è proprio l'applicazione del codice

---

<sup>9</sup> Su come la conoscenza religiosa *ri-veli* la conoscenza (del) sociale e (del) reale, Van Velzen (1990: 79) afferma che, "il gruppo sociale cade sotto l'incantesimo di certe immagini potenti, le quali danno ai membri del gruppo una comprensione parziale di una realtà esterna e temuta, mentre, allo stesso tempo impediscono il progresso verso una conoscenza e delle interpretazioni più realistiche".

<sup>10</sup> Per il riferimento bibliografico al testo di Pascasio si veda Marmo (2008).

comune della Consacrazione a operare la trasformazione miracolosa, o piuttosto, la correlazione segnica tra la sostanza dell'espressione (il pane e il vino) e la sostanza del contenuto (il corpo e il sangue di Cristo).

Di questa operazione semiotica viene sancita l'effettività e, al contempo, mistificato il funzionamento, attraverso la peculiare essenza dei segni coinvolti nel rituale. Secondo Marmo – ancora una volta sulla base del testo di Pascasio – l'Eucarestia si presenta infatti al contempo come *figura*, ovvero segno, di qualcos'altro, e *verità*, ovvero lo *stesso altro* significato dalla *figura*<sup>11</sup>. Un'altra traduzione dello stesso testo usa il termine “carattere” invece che “figura”. Ed è proprio in riferimento a questa traduzione che Pascasio parla del pane e del vino come “character” del corpo e del sangue di Cristo, al fine di dimostrare il legame autentico tra il loro aspetto umano e la loro essenza divina. Tuttavia, secondo Marmo,

Pascasio, nel riprendere il termine *character*, non ha in mente il rapporto tra impronta e impressore (che invece aveva probabilmente in mente San Paolo) [...] ma piuttosto quello tra grafema e fonema [...] Pascasio individua nel *carattere* alfabetico e nel suo rapporto con il corrispondente suono un tipo speciale di segno, diverso da quello che rinvia ad altro da sé, a un significato eventualmente assente o ontologicamente distinto dal significante [...] In breve, Pascasio sostiene l'idea che tra le lettere alfabetiche e i suoni minimi di una lingua esista una relazione biunivoca talmente stretta da ridurre la reciproca distinzione, in modo analogo a quanto succede tra Figlio e Padre nella Trinità o tra natura umana e divina in Cristo: in tutti questi casi, sia ha un rapporto di unità così stretto da narcotizzare, fin *quasi* ad annullarla, la distinzione tra significante e significato. (Marmo 2008: 67-68)

La peculiarità e l'efficacia di questo tipo di relazione segnica si fonda proprio su quel “quasi”: una *quasi*-identità tra il significante e il significato, il cui minimo scarto differenziale assume un ruolo pedagogico chiave. Come detto in precedenza, il fatto che il pane e il vino cambino la loro sostanza senza modificare la loro apparenza è necessario al fine di dare al miracolo della transustanziazione un senso umano e sociale. La conoscenza dell'unicità del sacrificio di Cristo è raggiunta così attraverso la ripetizione dello stesso tramite il rituale liturgico e, in particolare, attraverso l'applicazione del codice della Consacrazione, condiviso socialmente.

---

<sup>11</sup> Come argomentato dallo stesso Marmo, la premessa a questa peculiarità e ambivalenza del segno eucaristico è che non tutte le figure (segni) implicano la falsità; a tale proposito, San Paolo parla di Cristo come Figlio e “figura” della stessa sostanza del Padre, proprio a sostenere la doppia natura del Messia e non certo per negarne la veridicità del suo aspetto umano (in Marmo 2008).

Piero Ricci (2008) riflette sulla stessa natura ambivalente del sistema di oggetti-segni, o meglio, feticci, coinvolti nel rituale dell'Eucarestia. L'autore descrive il pane e il vino come "simboli eucaristici che nascondono il corpo di Gesù Cristo e lo scoprono come simbolo" (ivi: 298). Questa descrizione si sviluppa in riferimento all'analisi dell'Eucarestia condotta da Louis Marin (1986: 186), il quale afferma che, "una medesima cosa può nascondere e può scoprire un'altra cosa nel medesimo tempo, perché la stessa cosa potendo essere, nello stesso tempo, e cosa e segno, può nascondere come cosa ciò che scopre come segno".

Secondo Ricci (2008: 298), la chiave per risolvere tale aporia della differenza nel mantenimento dell'identità è nella categoria di *segreto*: "una cosa è senz'altro nascosta, ma non deve esserlo del tutto sennò tale segreto svanirebbe. Bisogna che qualche tratto o marca o impronta significhi o piuttosto indichi<sup>12</sup>, faccia segno che qualcosa è nascosto". A questo proposito, è interessante notare che la rivelazione del segreto non è data dal segno sacro, cioè dal pane e dal vino, ma dal rituale della consacrazione che fa funzionare (significare) il pane e il vino come segni, caratteri, o indici, del corpo e del sangue di Cristo. È il codice di significazione, socialmente condiviso, che rivela la presenza di qualcos'altro dietro l'apparenza del pane e del vino, senza del tutto rivelare il corpo e il sangue di Cristo. Dunque, ciò che è rivelato dall'Eucarestia non è l'oggetto del suo segreto, ma l'esistenza del segreto in sé. In questo senso, la rivelazione non va interpretata come togliere il velo, ma piuttosto fa riflettere sulla relazione semiotica del segreto stabilita dal velo in sé: in altre parole, o tramite la stessa, si tratta di una *ri-velazione*.

Dal momento che il Corpo e Il Sangue di Cristo vengono ri-velati, il pane e il vino sono creduti sacri proprio in virtù del non apparire come tali. Il potere dell'oggetto feticizzato risiede precisamente in questo inganno: attraverso la riflessione sulla Consacrazione, l'Eucarestia è l'elemento materiale che concentra su di sé e mistifica dietro di sé il codice socio-semiotico della sua stessa significazione/valorizzazione. Ecco cosa si intende quando diciamo che il feticismo non nasconde (né rivela) nulla, se non il suo stesso meccanismo.

L'unicità dell'Eucarestia e del suo miracolo trova le proprie condizioni di possibilità e di valorizzazione nella condivisione e nella ripetizione del proprio rituale. Si tratta di una consacrazione che è molto di più di una forma meramente astratta o linguistica. A tale proposito, secondo Marmo, nel rituale dell'Eucarestia, non si assiste solo a una incorporazione, ma ad una *co-incorporazione*: il corpo di Cristo (l'Eucarestia) è incarnato nel corpo dei credenti e, allo stesso tempo, il corpo

---

<sup>12</sup> A differenza di Marmo e Pascasio, Ricci legge il rapporto tra il *character* e il suo significato in termini di indessicalità.

dei credenti è incarnato nel corpo di Cristo: la Chiesa, intesa come comunità dei fedeli (Marmo 2008: 63). Non a caso l'altro nome dell'Eucarestia è *Comunione*.

## 2. Ibridi moderni

Il tentativo di connessione tra piano sociale e sfera del sacro tramite gli oggetti-feticci ribadisce la separazione tra persone e cose come logica fondamentale su cui si sviluppa l'intero meccanismo feticista. Si tratta una logica culturale che sottende non solo il feticismo tipico dei culti dell'Africa primitiva, ma lo stesso sguardo occidentale volto a indagare il feticismo questi stessi culti. Difatti, il feticismo si presenta come una proiezione ideologica di alcune categorie e strutture del paradigma culturale occidentale su altri domini e culture. Lo stesso Charles de Brosses (1988: 13), nell'affermare che "non è necessario cercare così lontano ciò che ci sta vicino", mette in evidenza come un simile principio feticista sia alla base di tutti i tipi di culto, compreso il Cristianesimo e altre religioni considerate più avanzate (cfr. 1.4.). Anche Evans-Pritchard (1965: 24) sostiene che i feticci non sono caratteristici delle culture primitive, ma sono elementi trasversali a numerosi culti e culture.

A tale proposito, Sansi Roca (2015: 105-6) afferma che, piuttosto che un problema "primitivo" o "africano", o strettamente religioso, "il problema del feticcio fa leva su alcune delle distinzioni fondamentali del pensiero occidentale: persone e cose, azioni ed eventi, soggetto e oggetto, cultura e natura, immanente e trascendente". Sulla stessa linea, Crick (1982: 346) definisce il feticismo un concetto pronto per l'uso che può essere facilmente applicato ad altre culture e porta alla traduzione dei loro domini del senso nei termini delle nostre stesse categorie. MacGaffey (1990: 45) provocatoriamente si domanda "come mai invece di chiederci perché gli africani non sono capaci di distinguere adeguatamente tra persone e cose, non ribaltiamo la domanda e ci chiediamo da dove proviene questa dubbiosa distinzione nel nostro pensiero?".

In un tentativo di risposta, Alf Hornborg (2014: 127) afferma che, "c'è una differenza cruciale tra il rappresentare relazioni tra persone come fossero relazioni tra cose (feticismo della merce<sup>13</sup>), ed esperire relazioni tra cose come se fossero relazioni tra persone (animismo e forme di feticismo premoderne)"; tuttavia, come visto in precedenza i meccanismi di reificazione e di animazione/antropomorfizzazione costituiscono due facce della stessa medaglia, tant'è che è lo stesso Hornborg sottolinea come "l'oggettivazione e il feticismo premoderno possono essere viste come reciproche inversioni". (ivi: 124). In particolare, l'autore spiega come il feticismo derivi "dall'egemonico paradigma

---

<sup>13</sup> Ci occuperemo più approfonditamente del feticismo della merce nel terzo capitolo.

cartesiano che distingue il dominio degli oggetti materiali da quello delle relazioni sociali di scambio tra esseri umani [...] Paradossalmente, la moderna aspirazione cartesiana di esercitare il potere sugli oggetti ha generato una sottomissione degli umani agli oggetti senza precedenti” (ivi: 119-20). Per queste ragioni, l’unico modo per superare il problema del feticismo, e il paradigma socio-culturale da cui tra fondamento, è di adottare il tipo di prospettiva *amoderna* (né *post* né *anti*) avanzata da Bruno Latour.

## 2.1. Cavilli costituzionali

Latour (1993) ribadisce come l’inizio dell’età moderna venga fatta coincidere con l’avvento dell’Umanesimo, in cui il soggetto umano acquisisce la centralità nella cosmologia a scapito di un Dio “barrato, cancellato, fuori gioco” (ivi: 27) . Tuttavia, lo stesso autore mette in evidenza come tale costituzione abbia sempre trascurato la nascita congiunta della “nonumanità” (ibid.). Ed è soprattutto attorno a quest’ultimo dualismo che si sviluppa il sistema della modernità e la sua egemonia sulle civiltà premoderne.

I nonumani, le cose, ormai disincantate dall’assenza di un Dio estromesso, non per questo si liberano del loro fascino ambiguo e feticistico. Difatti, le cose sono a loro volta estromesse nella sfera trascendentale della Natura – una sfera che non ha poi molte differenze rispetto a quello che era il dominio spirituale/religioso, la cui identità separata è comunque riflesso del paradigma socio-culturale da cui dipende. È così che, nello stesso momento del loro sbarramento, le cose gettano comunque la loro ombra sul dominio sociale, e l’essere umano è costretto ad assoggettarle nuovamente in termini di strumenti, prodotti o, più in generale, *oggetti*.

Latour analizza in profondità questa nuova cosmologia e lega l’egemonia occidentale sancitasi nella modernità proprio all’avvilupparsi di questo doppio meccanismo. Da un lato, la forza, il potere politico, si è sempre basato sulla ragione, sul sapere tecnico-scientifico come orizzonte di garanzia e di oggettività; dall’altro lato, è il sapere tecnico-scientifico che è sempre stato basato sul potere politico (e socio-culturale), pur apparendo come oggetto trascendente. Difatti, il potere politico e il paradigma socio-culturale moderno hanno sempre fatto apparire i propri rapporti di forza separati dall’apparato tecnico-scientifico, conferendo a quest’ultimo (e al relativo oggetto di sapere: la natura e le cose) quell’universalità che ha permesso la sua imposizione incondizionata alle altre culture; come afferma Latour (ivi: 123), “Qualunque cosa facciamo noi, per quanto criminali, imperialisti si possa essere, riusciamo a evadere dalla prigione del sociale o del linguaggio e



accedere alle cose stesse attraverso una provvidenziale scappatoia, quella della conoscenza scientifica”.

Tuttavia, come sottolineato dallo stesso autore, “questo cambiamento di scala non è stato possibile, come [i moderni] credono, grazie alla separazione tra umani e nonumani, ma anzi proprio amplificandone la mescolanza” (ivi: 62). Così, il feticismo primitivo che esalta la personificazione della cosa, inammissibile e criticato dal paradigma moderno in termini di ideologia e primitivismo, è l'altra faccia di un feticismo tipico della stessa modernità che, nel criticare e depurare tali cose e la scienza dalla sfera umana e sociale, allo stesso le oggettiva al servizio dell'*uomo* moderno e del suo successo sociale sul primitivo<sup>14</sup>:

I poveri collettivi primitivi premoderni sono stati accusati di mischiare in modo orrendo le cose e gli umani, mentre i loro accusatori li separavano del tutto, per rimescolarli ad un altro livello [...] All'origine c'è il legame tra opera di depurazione e opera di mediazione, ma i moderni attribuiscono solo alla prima le ragioni del loro successo (ivi: 60-62).

La comprensione della modernità da parte di Latour può essere riletta in termini di un complesso processo di feticizzazione, in cui la separazione tra i suoi elementi mistifica un complementare meccanismo di ibridazione tra gli stessi elementi. In altre parole, il meccanismo di depurazione tra natura e società (e rispettivamente tra i domini tecnico-scientifico e socio-culturale) è esso stesso mediato da un fondamentale lavoro di mediazione tra queste due categorie che, tuttavia, viene mistificato al fine di affermare l'autonomia e la riproduzione dei due poli.

Latour pone sotto analisi questa *Costituzione* della modernità, facendone emergere le contraddizioni rispetto al suo stesso modo di operare. Proprio in virtù della propria logica costitutiva, la divisione tra cose e persone non fa che moltiplicare gli ibridi: una proliferazione che diventa sintomo e causa della crisi della Costituzione moderna. Tale crisi trova i suoi presupposti proprio con lo sviluppo scientifico e tecnico tipico dell'età moderna: sempre più “fatti” scientifici che, pur essendo fabbricati dall'essere umano, rivelano un'origine o una finalità che trascende l'umano e il sociale; fenomeni la cui (ri)produzione si estende oltre il laboratorio, su una scala che attraversa il sociale e va oltre i confini e il dominio politico del Leviatano; allo stesso tempo, i quasi-oggetti che per *legge* o di *regola* dovrebbero appartenere al polo della scienza e della natura, si rivelano come

---

<sup>14</sup> Con l'uso di termini quali “successo” e “primitivo” si vuole proprio marcare quello scarto temporale, quella rottura con il passato, che è la quintessenza della modernità.

costruzioni determinate dalla sfera politica e socio-culturale, che a loro volta contribuiscono a influenzare.

Secondo Latour, “Per accogliere quasi-oggetti di tal fatta, davvero poco diversi da quelli del pensiero selvaggio, dobbiamo designare uno spazio che non sia più quello della Costituzione moderna, perché riempie la zona intermedia che essa sosteneva di svuotare. Alla pratica di depurazione conviene aggiungere le pratiche di mediazione” (ivi: 74). Tuttavia, l’epilogo di questa crisi non può limitarsi al riconoscimento del processo di mediazione/ibridazione tra natura e cultura - che, nell’alternanza dell’imposizione di una sull’altra, implica tacitamente la depurazione tra i due domini. Il fatto scientifico, il fenomeno, il quasi-oggetto, malgrado la sua origine artificiale, da laboratorio (fase di mediazione), sfugge completamente a una essenza umana e sociale (fase di depurazione), ed è così che diviene feticcio: eccede rispetto alla sua ripartizione, e proprio in questa eccedenza ribadisce la stessa divisione. Ed è proprio questa mediazione tra lo stesso processo di ibridazione (tra natura e cultura) e quello complementare di depurazione (delle stesse categorie) che bisogna rilevare per smobilitare la faglia su cui è costituita la modernità:

La parola moderno definisce due gruppi di pratiche completamente diverse, che, per conservare efficacia, devono restare distinte, mentre da qualche tempo non sono più tali. Il primo insieme crea, per ‘traduzione’, un miscuglio tra tipi di esseri affatto nuovi, ibridi di natura e di cultura. Il secondo, per ‘depurazione’, produce due aree ontologiche completamente distinte: quella degli umani da un lato e quella dei nonumani dall’altro [...] Finché consideriamo queste due pratiche in modo separato, siamo davvero moderni, ovvero aderiamo volentieri al progetto di depurazione critica, anche se esso si sviluppa soltanto con la proliferazione degli ibridi. Non appena spostiamo la nostra attenzione contemporaneamente sul lavoro di depurazione e su quello di ibridazione, ecco che non siamo più moderni [...] smettiamo nello stesso istante di essere stati moderni, perché prendiamo coscienza che i due insiemi di pratiche sono già operanti nel periodo storico che si conclude. (ivi: 23-24)

## 2.2. Un lungo lavoro di mediazione

Latour ritorna a concentrarsi sull’avanzata degli ibridi e sullo spazio di indeterminazione che questi si aprono ed occupano tra i domini della natura e della cultura. L’autore si chiede come sia possibile proseguire con il processo e la critica agli ibridi una volta che il meccanismo sacrificale diviene palese - una volta che i

capri espiatori, da pochi oggetti esemplari, diventano la regola e non sanno più nemmeno che colpa e illecito addossarsi. L'infinita serie di processi, che non fanno che moltiplicare il numero degli ibridi imputati, è proprio dovuta all'impossibilità di individuare un vero colpevole. Infondo i moderni fanno affidamento sugli oggetti pur disprezzandoli. Latour invita allora a farla finita con questa messa in scena del "chi disprezza compra", e suggerisce di adottare una prospettiva fraternizzante e di ammissione dell'esistenza di quegli ibridi che la Costituzione moderna ufficialmente nega, ma che di fatto continua a generare.

Il percorso segnato da Latour non parte dagli estremi, dai poli depurati e portati alla propria *essenza* - nient'altro che miraggi asintotici della propagazione degli ibridi - ma di iniziare proprio dall'*esistenza* di questi ibridi. Si tratta di un progetto che si insegue da secoli nell'epistemologia moderna, senza che infondo si sia mai ribaltati i presupposti della modernità.

Già per Kant, la conoscenza partiva dal fenomeno, che si instaurava come punto di mezzo, di incontro tra le due istanze trascendentali tra loro: il soggetto e la cosa in sé. Tuttavia, secondo Latour, per Kant, "gli ibridi hanno sì diritto di cittadinanza, ma esclusivamente in quanto miscele delle forme pure" (ivi: 76). Kant moltiplica le mediazioni per passare da un polo all'altro, ma tale diffusione degli intermediari è accettabile a patto che non si conferisca loro un'ontologia che minerebbe l'*assolutismo reciproco* del soggetto da una parte e della cosa in sé dall'altra.

Successivamente a Kant, è Hegel a riconoscere il ruolo *centrale* degli oggetti nella dialettica del reale, senza che tuttavia essi ne diventino principio o fine, ma piuttosto "contraddizione totale al punto da diventare molla di tutto il meccanismo e approfondire ancora l'abisso che separa il polo dell'oggetto da quello del soggetto" (ivi: 77). La comprensione di tutti gli oggetti, di tutte le cose, all'interno della cosmologia Hegeliana è declinata in un primo tempo come momento di oggettivazione/esternalizzazione e, conseguentemente, come momento di sintesi/assorbimento dello stesso oggetto nell'unità del soggetto<sup>15</sup>.

È poi il momento dei fenomenologi, che "hanno l'impressione di superare Kant, Hegel e Marx<sup>16</sup> perché non attribuiscono più alcuna essenza né al puro

---

<sup>15</sup> In particolare, secondo Latour, la dialettica hegeliana ha sbagliato contraddizione; ha individuato bene quella tra il polo del soggetto e dell'oggetto, ma non ha visto quella tra l'insieme della Costituzione moderna che si veniva affermando e la proliferazione dei quasi-soggetti, o meglio, "si è illusa di assorbire la seconda contraddizione risolvendo la prima" (ibid.)

<sup>16</sup> Ricordiamo che a Marx e alla relativa critica di quegli ibridi moderni chiamati merci sarà dedicato l'intero capitolo terzo.

soggetto né al puro oggetto. Hanno davvero la sensazione di non parlare d'altro di mediazioni" (ibid.), ma non attribuiscono alcuna essenza nemmeno a quest'ultime.

Si arriva progressivamente alla svolta linguistica, che si presenta come un'altra strategia per controllare e oggettivare ciò che sta in mezzo e che, nel frattempo, continuava ad espandersi. Invece di concentrarsi sugli estremi del lavoro di depurazione, questa strategia si concentrava e concentrava il tutto in una delle sue mediazioni: il linguaggio. Le discipline o le correnti che si delineano con questa svolta concepiscono il linguaggio non come un intermediario trasparente che metterebbe il soggetto in contatto con l'oggetto, con il mondo naturale, ma una mediazione autoreferenziale, autonoma *dal* riferimento al mondo naturale e *dall'*identità dei soggetti parlanti – una mediazione che, reciprocamente, implicava e ribadiva l'autonomia *dello* stesso riferimento e *dello* stesso soggetto: "Mentre le filosofie della modernità allargavano sempre di più la distanza che separava soggetti e oggetti, rendendoli incommensurabili, le filosofie del linguaggio, del discorso, del testo occupavano lo spazio che si era liberato" (ivi: 84). Ma l'ombra del referente e del soggetto, le pieghe di questa simmetria sull'autonomia del linguaggio si mostrano sotto forma di continua spinta alla sua socializzazione da un lato, e alla naturalizzazione dall'altro.

### 2.3. Tempi moderni

Un'altra questione cruciale, attorno alla quale la Costituzione della modernità fa perno, è quella del tempo e della temporalità. I moderni, nella convinzione di aver rotto completamente con il passato, ne conservano ogni traccia, ogni residuo, musealizzandolo, archiviandolo, oggettivandolo. Qualsiasi insorgenza del passato è catalogata dai moderni come un rimosso o un arcaismo: un'ulteriore modo di depurazione di questi ibridi temporali. Analogamente, la comparsa di un *nuovo* ibrido viene accolta come un emergere improvviso, come una rivoluzione. Ma è proprio la nozione di rivoluzione che allo stesso tempo dà un alibi – o un capo d'accusa (dipende dalla prospettiva) – alla comparsa improvvisa dell'ibrido nella Costituzione moderna, in modo che "ogni volta si calcolerà il tempo partendo da questi splendidi esordi, conferendo laicità all'incarnazione delle scienze trascendenti nella storia. Si distinguerà un tempo 'prima' e uno 'dopo' il computer, come un 'avanti Cristo' e 'dopo Cristo' (ivi: 94).

La linea di demarcazione tra natura e cultura assume dunque la forma e la direzione di una freccia che lascia dietro di sé qualsiasi commistione tra i due domini, donando a ciascuno di essi una nuova epoca di splendore e autonomia

proprio partendo da (e superando) ogni loro commistione. Tuttavia, la proliferazione degli ibridi non può essere gestita in termini di una rivoluzione perpetua, e mette in crisi la stessa temporalità moderna in quanto costante ricambio del presente, in quanto “avanzata coerente di attori che appartengono allo ‘stesso tempo’” (ivi: 97). In altre parole, la concezione moderna del tempo è valida fin quando non appaiono troppi elementi dissocianti e dissociati tra loro nello stesso tempo presente, al punto da trasformare il *flusso* in un *bricolage* di elementi capaci di curvare la linea del tempo:

Dobbiamo passare da una temporalità all'altra, perché ogni temporalità, di per sé non ha nulla di temporale. È un modo di collegare insieme gli elementi [...] non siamo mai andati avanti o indietro. Abbiamo fatto sempre una selezione accurata di elementi che appartengono a tempi diversi [...] il tempo è fatto dal legame tra gli esseri. Il flusso del tempo moderno era fatto dal collegamento sistematico dei contemporanei in un tutto coerente. Adesso questo flusso laminare è diventato turbolento. (ivi: 99-102)

La posizione di Latour ci porta a ribaltare alcuni presupposti della modernità: gli elementi non sono più identificati e criticati in base alla loro essenza o alla loro capacità di stare *a passo coi tempi*; piuttosto ci troviamo di fronte a una continua mobilitazione di attori esistenti che, nelle loro determinate composizioni, creano l'effetto del tempo e della temporalità. E ora che “la vastità della mobilitazione è direttamente proporzionale all'impossibilità di pensare i propri rapporti con l'ordine sociale e temporale” (ivi: 64), possiamo comprendere che la modernità non esiste più e che di per sé non è mai esistita.

#### 2.4. Cosmologia amoderna

Ricapitolando, nella modernità, ogni ibrido era concepito come una mescolanza di forme pure, dal quale, una volta sottoposto ad un meccanismo di critica e di “clivaggio” (ivi: 103) della propria essenza e del proprio tempo, veniva estratto ciò che apparteneva alla società e al soggetto, e ciò che apparteneva alla natura e all'oggetto. Dunque, il processo critico partiva logicamente sempre dai due poli e si dirigeva verso il centro. Al contrario, in una prospettiva (e realtà) amoderna, come quella avanzata da Latour, l'analisi non procede più dalle forme pure verso i rispettivi fenomeni, ma dal centro verso gli estremi attraverso una serie di concatenamenti, di reti di elementi. Gli estremi non sono più valori universali e

trascendenti che fanno d'aggancio al reale, ma risultato di una proiezione asintotica di un processo di mediazione:

Invece di negare l'esistenza degli ibridi, questo modello esplicativo permette di integrare l'opera di depurazione in quanto caso particolare di mediazione [...] Noi non abbiamo bisogno di agganciare le nostre spiegazioni alle due forme pure, perché sono quest'ultime invece i risultati parziali e depurati della pratica centrale, la sola che ci interessa [...] l'Impero di Mezzo si trova finalmente rappresentato. I suoi satelliti sono le nature e le società. (ivi: 104)

Se dunque operiamo questa controrivoluzione amoderna, lo sfaldamento di intermediari verso i poli dell'essenza è sostituito dalla solidità e concretezza delle catene di questi stessi intermediari; questi non devono più semplicemente ritrasmettere la potenza della natura e/o quella della cultura, ma diventano *mediatori*, ovvero attori capaci di tradurre ciò che trasportano, di ridefinirlo.

A tal punto, sono le stesse istanze dell'oggetto e del soggetto che vengono ridefinite. L'oggetto viene spostato dalla cosa in sé, senza per questo essere riportato al polo opposto del soggetto, ma divenendo *cosa* e *causa* di se stesso. La lingua latina definiva con il termine *res*, dal quale noi deriviamo la nozione di "realtà", l'oggetto della procedura giudiziaria, la cosa o la causa stessa del processo. Le cose non esistono se non calate nella realtà del loro stesso processo, se non come cause della (loro) stessa *res*. Quando eliminiamo le cose dal collettivo, il residuo che noi chiamiamo società diventa incomprensibile, "le sue dimensioni, la sua resistenza, la sua durata non hanno più alcuna *causa*" (ivi: 145, *corsivo nostro*). Al contrario, una volta che viene riconosciuta alle cose esistenza propria, la linea lungo la quale queste stesse cose venivano spartite ed eliminate in base alla loro essenza acquisisce spessore, profondità, divenendo rete, collettivo e causa delle stesse cose:

I nostri collettivi sono più attivi, più produttivi, più socializzati di quanto non facciano pensare le noiose cose in sé [...] I nostri collettivi sono più reali, più naturalizzati, più discorsivi di quanto non facciano pensare quei noiosi umani-tra-loro [...] Reali come la natura, narrati come il discorso, collettivi come la società, esistenziali come l'essere: così sono i quasi-oggetti che i moderni hanno fatto proliferare, e così conviene seguirli ridiventando semplicemente quello che non abbiamo mai smesso di essere: non-moderni. (ivi: 119)

A tale proposito, Latour si domanda come la stessa scienza moderna, non più fondata su idee, ma sulla pratica, non più esterna e trascendente, ma (ri)prodotta internamente ai laboratori, possa estendersi ovunque, colmare ogni spazio, al punto da divenire universale. La risposta è implicita già nella domanda, ovvero dal fatto che non si ha più (o non si ha mai avuto) a che fare con delle idee, dei domini astratti, ma con degli agenti materiali e delle pratiche, che si propagano lungo reti composte da questi stessi elementi: “Nessuna scienza può uscire dalla rete della sua pratica” (ivi: 42).

Latour denuncia i moderni per aver confuso “la lunghezza o la connessione con le differenze di livello [...] invece del sentiero continuo dell’indagine, hanno imposto una differenza ontologica radicale (ivi: 157-8). La possibilità di passare dal micro al macro, di decontestualizzare e delocalizzare le cose, era affidata alla speciale qualità delle cose stesse, alla loro essenza che potesse condurle (ed estenderle) verso un polo piuttosto che verso l’altro. Tuttavia, non esiste nessuna mano invisibile o visibile che mette ciascuno a proprio posto, ma sono i mediatori a tenere in piedi il tutto.

A fronte di un modello che letteralmente squarta il centro su diversi livelli, tra sociale e naturale, locale e globale, Latour porta avanti un nuovo modello topologico, per certi versi una sorta di principio cosmologico. Si tratta della simmetria che non si misura in una subordinazione alternata tra natura e cultura, soggetto e oggetto, ma nella connessione orizzontale tra mediatori, che vede in questi e nelle loro mediazioni molteplici centri del sistema, nodi della rete.

È proprio in riferimento a tale principio e cosmologia che Latour fonda “l’antropologia simmetrica” (ivi: 122), per definire il proprio approccio in cui non solo le persone e le proprie credenze ideologiche, ma le stesse cose e la scienza (non più ripulita e resa trascendente dall’epistemologia) siano riconosciute come elementi mediatori e reti costitutive e riproduttive della struttura sociale, culturale, politica, scientifica, nel suo complesso.

Si tratta di un’antropologia che invece di spiegare il vero a seconda del suo adeguamento alla realtà naturale e il falso come effetto illusorio e ideologico delle categorie sociali, pretende di superare questa stessa dicotomia. Ciò permetterebbe di uscire da quel circolo vizioso, di finta simmetria, lungo il quale l’antropologia si serve da una parte della realtà esterna per spiegare la società e, dall’altra, del potere sociale per rendere conto di ciò che dà forma alla realtà esterna, schierandosi di volta in volta con un polo o con l’altro. La soluzione sarebbe invece quella di porsi in un punto qualsiasi di questo circolo, di partire da un qualsiasi nodo della rete,

senza la necessità di mirare alternativamente verso uno dei due estremi inesistenti del sistema.

## 2.5. Eccedere il proprio valore

La posizione avanzata da Latour ci permette di prospettare una soluzione al problema che ci eravamo posti a termine del primo capitolo: colmare lo spazio di tensione che separa feticci e feticistici e, alla base di questa divisione, quella tra cose e persone.

Senza le cose in qualità di mediatori, l'essere umano si trova impossibilitato a colmare non solo lo stacco tra sé e le stesse cose (la natura), ma tra sé e la struttura sociale – sistema fatto sì della stessa essenza umana, ma posto su una dimensione altra, ad un livello superiore; come afferma Latour (2002: 2017), “proprio perché lungo l'asse orizzontale è tormentata e sempre in bilico fra l'oggettività e la politica, la sociologia non ha posto per le cose e finisce coll'essere dilaniata, lungo l'asse verticale, tra l'attore e il sistema”.

È a questo punto che, nella necessità di ridare un senso umano e concreto al sistema sociale astratto, la cosa ne diventa un elemento mediatore, una porta di accesso. Tuttavia, il paradigma occidentale e moderno equipara il riconoscimento del valore sociale delle cose ad una sorta di feticismo premoderno, e ribadisce la necessità di collocare le stesse cose nel dominio della Natura e della scienza. D'altra parte, questa astrazione delle cose, epurate e incorrotte dal sociale, porta alla medesima conclusione del feticismo premoderno che si voleva esorcizzare: ovvero al punto in cui le stesse cose, a cui non è riconosciuto un valore sociale *proprio*, vengono viste, seppur con sguardo critico, come oggettivazioni/materializzazioni della sovrastruttura ideologica oppure come riflesso ideologico di una struttura materiale oggettiva:

La sociologia rimane troppo spesso senza oggetto: come molte scienze umane si è costituita per resistere ad ogni forma di attrazioni per gli oggetti, che infatti chiama *feticci* [...] Per il sociologo è necessario che qualcos'altro animi quei corpi senza vita: e sono le nostre credenze, la vita sociale che proiettiamo in esse. I feticci allora non contano per se stessi, perché sono soltanto lo schermo delle nostre proiezioni. (ibid.)

È proprio questo valere non per se stesse ciò che conferisce alla cosa un fascino feticista. La singola cosa, designata come segno (altro da sé) dell'intero



codice culturale e sociale, viene caricata di un valore che la eccede, che rompe la continuità tra questa e gli altri elementi della struttura, e di conseguenza, la pone su un altro piano rispetto alla stessa persona-soggetto. Il feticismo sembra dunque trovare le proprie radici nello stesso paradigma moderno che voleva operarne la critica, ossia nello stesso sguardo occidentale e feticizzante che continua a separare cose e persone, scienza e sociale, senza sapere più come gestire le ibridazioni strutturali tra queste due sfere.

Un tale lettura ci permette così di comprendere e mettere in evidenza le basi strutturali e non meramente ideologiche del feticismo; difatti, come sostenuto da Sansi Roca (2015: 109), “Latour si domanda se è possibile superare la distinzione tra finzione sociale e fatti reali, ritornando alle radici del problema del feticcio, per rompere quel legame teorico tra il processo di oggettivazione e i meccanismi del feticismo, dell’alienazione, della sconfessione e del disconoscimento”. Il riconoscimento della “cosa” come categoria del sociale non implica di per sé la sua feticizzazione: “trattare gli oggetti come non reali sottovaluta l’importanza degli oggetti come mediatori della vita sociale [...] ovvero come il feticcio possa essere usato analiticamente, non per criticare o ridicolizzare un insieme di credenze ignoranti o percezioni devianti, ma per esplorare come gli oggetti materiali sono valorizzati nei contesti culturali” (Dant 1996: 497).

Dunque, tutte le analisi volte a demistificare il feticismo in termini di alienazione, falsa coscienza, credenza ideologica, non colgono la portata strutturale del fenomeno, e contribuiscono a una sua riproduzione ideologica attraverso la sua stessa critica. A tale scopo, “il programma di Latour per la scienza sociale non è quello di rivelare la verità nascosta che si cela dietro l’artificio distinguendo fatti e feticci [...] ma di seguire il *fatticcio*, così com’è (Sansi Roca 2015: 110).

È proprio questo termine ciò che è capace di condensare e trovare una sintesi alle ambivalenze costitutive del feticismo e dei feticci, superando ogni interpretazione dualistica: il feticcio, o fatticcio, non è un segno per qualcos’altro, ma è caratterizzato dalla sua materialità non trascendente; allo stesso tempo, esso non si presenta come un oggetto materiale discreto, chiuso in sé, ma come un elemento metonimico in una *serie* (rete o collettivo per Latour) che comprende altre cose, persone o, più in generale, altri attori sociali:

Il feticcio non riflette meramente le idee e le credenze dei loro credenti e adoratori. Esso le trasforma o, nel linguaggio della actor-network theory, le traduce. Il potere del feticcio non è riducibile alla sua forma materiale [...] il potere simbolico dei feticci può essere ripetuto o replicato [...] il significato dell’oggetto specifico diviene evidente solo in una serie di oggetti. (Dant 1996: 499)

Questa continua azione di traduzione conferisce al feticcio una sua dignità, una propria esistenza, che va al di là dell'essere mera ombra o riflesso di un ideale o di un'essenza - la quale, che la si guardi con attenzione o sufficienza, devozione o diffidenza, è evidente avere meno esistenza del feticcio delegato come suo interprete o intermediario.

Da qui, una critica (alla) semiotica. Secondo Latour, il problema di questa disciplina è proprio quello di aver presupposto un essere al di fuori del proprio universo, a garanzia dei propri elementi interni, l'esistenza dei quali è riconosciuta (e al contempo negata) solo in quanto funzione di quell'essere assente: “è ormai tradizione chiamare ‘enunciazione’ l'insieme degli elementi *assenti*, la cui *presenza* è nondimeno presupposta dal discorso [...] Questo rifiuto di un al di là del discorso è ciò che ha permesso di sbarazzarsi degli esseri in carne ed ossa” (Latour 1998, 71-72, *corsivo nostro*).

Difatti, in semiotica, l'unico modo per riconoscere l'essere è attraverso le sue tracce, che sono segni della sua assenza. Per Latour è invece fondamentale dare credito e presenza a tutti gli agenti della rete di traduzione ed enunciazione in egual modo, evitando divisioni e subordinazioni, “abbandonando l'idea di un'appropriazione della *langue* attraverso la *parole*” (ibid. 73). Passando dall'enunciato all'enunciazione non si trova la struttura sociale in qualità di sua essenza; l'enunciazione è invece proprio quel passaggio che permette di rimanere in presenza, ossia di esistere<sup>17</sup>. Il passaggio da un elemento A a un elemento B, non si declina più in termini di significazione “A è significato da B”, ma in termini di presenza/esistenza “A esiste attraverso l'esistenza di B”; nelle parole di Latour:

Questo permette di non distinguere più ciò che ‘è’ da ciò che ‘significa’, ciò che ‘traduce’ da ciò che ‘sostituisce’, ciò che ‘rappresenta’ da ciò che ‘invia’. Il mondo del senso e il mondo dell'essere sono uno stesso e unico mondo, vale a dire quello della traduzione, cioè quello della sostituzione, della delega, del passaggio [...] Quello che passa dall'uno all'altro è l'uno verso l'altro, e questo altro è lo stesso, quasi lo stesso [...] La semiotica poteva viaggiare infinitamente lontano dal suo terreno e si poteva benissimo superare il fascino muto dell'essere in quanto essere per sostituirlo con l'essere in quanto altro. (ivi: 75-78)

---

<sup>17</sup> A tale proposito, Latour sottolinea come la credenza, ovvero quell'enunciato privo enunciazione, sia il regime dei miti e delle essenze, la cui durata storica è garantita paradossalmente dalla mancanza di un fondamento reale, dalla mancanza di esistenza.

Il risultato di questo passaggio/traduzione, di questa sostituzione, è paradossalmente la durata, ovvero quella continuità fra gli elementi differenziali e seriali di un sistema, e tra lo stesso sistema e ogni sua trascendenza ormai abolita; quella continuità che permette di colmare ogni separazione tra materia e significazione-ideologia, tra Natura e Cultura, tra cose e persone.

Inoltre, tale continuità è ciò che ci permette di ridefinire le relazioni, le identità di questi attori, e il loro stesso agire. Bisogna rinunciare allo schema filosofico e antropologico moderno secondo cui un soggetto trasferisce la propria forza in potenza all'oggetto che realizza in atto, per ripartire invece dal principio di *interazione*, o di *mediazione*. L'azione difatti non può partire da un attore soggetto, ma può essere solo condivisa, distribuita fra gli attanti. È in questo senso che agire significa sempre essere superati da ciò che si agisce, da ciò che si mette in atto; si passa così da un *fare* ad un *far fare*, da una fabbricazione ad una manipolazione. Ed è in questo continuo passaggio che la rete prende forma e si riproduce: senza salti o proiezioni del soggetto verso oggetti e strutture assenti, il continuo scambio tra gli attanti fa sì che ciò che manipola sia a sua volta manipolato, in modo da garantire un continua circolazione di energia senza perdite al di fuori (inesistente) di una rete in continua espansione.

Il feticismo allora non è nient'altro che frutto dell'interpretazione di questo meccanismo attraverso le categorie della modernità, incapaci e restie nel riconoscere effettivo statuto e agency ai propri oggetti ibridi e feticci.

### 3. Il feticismo della merce

È possibile ipotizzare che, per certi versi, il circuito in continua espansione che Latour definisce in termini di “collettivo” o “rete” sia ciò che Marx cercò di definire e analizzare con il termine di “Capitale”. A tale proposito, è forse utile sottolineare come, a fondamento della stesura del *Capitale* (1867), Marx avesse studiato a fondo la nozione di “feticismo” in ambito religioso, a partire dall’opera di de Brosses. Infatti, il filosofo tedesco aveva concluso la discussione della sua tesi di dottorato con una riflessione sul rapporto tra realtà e immaginazione, in cui le credenze religiose delle culture antiche e le relazioni mercificate delle società più secolarizzate erano interpretate in maniera analoga e reciproca. Tale interpretazione della religione attraverso l’economia e dell’economia attraverso la religione si pone come base della futura prospettiva materialista. Difatti, è proprio nell’intersezione tra questi due domini che si sviluppa la riflessione sul feticismo, capace di spostare il discorso della religione (e più in generale delle sovrastrutture ideologiche) da un piano teologico ad una questione strutturale e più strettamente materiale: dalla relazione con Dio attraverso le cose alla interazione con le cose stesse.

Nella tradizione idealista, il feticismo si presenta come la forma primordiale di spiritualità, dal momento che la cosa in quanto tale non può raggiungere alcuna universalità categorica. Tuttavia, Marx si smarca parzialmente da tale corrente di pensiero e mette in evidenza l’emergere di una forma universale che è di per sé una cosa materiale: il Capitale. Così, è proprio nel sistema capitalistico che tali oggetti non si presentano semplicemente come prodotti parziali e secondari, ma come “parti funzionali che sono punti di comando e controllo privilegiati di un sistema attivo di riproduzione sociale” (Pietz 1993: 147). La materialità della cosa non è dunque strettamente fisica, ma più ampiamente sociale. In questa comprensione ed eccedenza dalla singolarità del prodotto e dal lavoro concreto del produttore, la merce e il capitale acquisiscono il carattere di feticci; nel commento di Pietz:

Noi siamo membri del corpo del Capitale, la cui essenza, il cui valore, trascende e tuttavia incarna se stesso in questi esseri materiali come il potere salvifico e divino di Cristo nei credenti e negli oggetti sacramentali della Sua Chiesa. Infatti, proprio come il mistero della Chiesa Cattolica, in quanto corpo di Cristo, è concentrata ed espressa nel sacramento dell’Eucarestia, così l’intero mistero della società capitalista appare al massimo della sua visibilità e, allo stesso tempo, al massimo del suo mistero, nel Capitale. (ivi: 149)

Questa prospettiva del capitale come feticcio, oltre a rimodulare in chiave materialista la sua origine in ambito religioso, mette in evidenza alcune ambivalenze cruciali che emergono dalla sua stessa etimologia.

Haddon (1921) afferma che il termine feticcio deriva dalla parola portoghese *feitiço*, a sua volta derivata dal latino *facticius* – dal verbo *facere*: “fare” – e dunque comunemente riferito a oggetti manufatti, prodotti. Tuttavia, più precisamente, il termine *facticius* veniva usato nel suo significato di “potente” e “influyente”, da cui proviene la moderna accezione di feticcio come oggetto dotato di potere, capace di influenzare: fattura. Dunque, l’etimologia e l’uso del termine, oltre a mettere in evidenza la natura artificiale del feticcio, ne esalta il suo stesso artificio. Si tratta di una logica che, come già visto in precedenza, trova il suo principio più che in un *fare* in un *far fare*, più che in una manifattura in una manipolazione. Tale manipolazione si presenta come una modalità di relazione tra produttore e prodotto ambivalente e circolare: se da un lato è il produttore che nel fare l’oggetto ne attiva anche il suo potere, dall’altro, è il prodotto che, esercitando questa sua influenza, manipola il proprio produttore. Dunque, il feticismo, oltre a mettere in crisi il binomio persona-soggetto come visto in precedenza, pone una questione anche sul trinomio persona-produttore-soggetto.

I feticci, come dice la parola, si fabbricano, si producono, con le nostre stesse mani, eppure sono *cose* (più che prodotti o oggetti) di cui perdiamo il controllo, sino al punto di venirne subordinati. Marx ha messo in evidenza proprio questo tipo di feticismo che si instaura nella produzione e, in particolare, nella produzione della merce nel sistema capitalista. Tuttavia, l’autore, così come gran parte della tradizione marxiana che ne deriva, non si smarca mai del tutto dallo stesso paradigma da cui il feticismo prende origine, mantenendo intatto il ruolo del lavoratore come soggetto della produzione e del lavoro come categoria cardine della riproduzione del sociale e del reale nel suo complesso.

### 3.1. Dal valore d’uso al valore di scambio

Nel celebre primo capitolo del Volume I del *Capitale* (1867), Marx, parte dall’analisi della forma elementare della società nel modo di produzione capitalista: la merce. Secondo Marx, la merce deve essere considerata da un duplice e contrapposto punto di vista, secondo la *qualità* e secondo la *quantità*.

Più precisamente, da un lato, si ha il *valore d’uso*: quel “valore intrinseco e naturale di ogni cosa che consiste nella sua attitudine ad appagare i bisogni individuali, o a garantire le comodità, della vita umana” (ivi: 64); tale utilità o

funzione, specifica Marx, “è un portato delle proprietà del corpo della merce e non esiste senza di esso” (ibid.), che a sua volta è frutto/prodotto del lavoro concreto dell’essere umano – il lavoro conforme allo scopo di (utile a) produrre materialmente quello specifico valore d’uso. Come spiega Marx, questa caratteristica del valore d’uso “non dipende dal fatto che l’appropriazione delle sue proprietà utili costi all’uomo molto o poco lavoro [...] I valori di uso costituiscono il contenuto materiale della ricchezza, qualunque sia la forma sociale di questa” (ibid.).

D’altra parte, “nella forma di società che noi dobbiamo esaminare, i valori di uso costituiscono nello stesso tempo i depositari materiali del *valore di scambio*” (ivi: 65). Il valore di scambio si manifesta come il rapporto quantitativo, la proporzione, attraverso cui valori di uso di una specie si scambiano contro valori di uso di altra specie. Così, ciascuna merce, potendosi scambiare con tutte le altre, presenta diversi valori di scambio. Una certa quantità di una merce  $x$  può essere scambiata (ovvero avrà lo stesso valore) con una certa quantità di una merce  $y$ , così come con un’altra quantità di una merce  $z$ , e via discorrendo. Per proprietà transitiva, quella determinata quantità di merce  $y$  avrà lo stesso valore di (e potrà essere scambiata con) un’altra determinata quantità di merce  $z$  – e questo valore corrisponderebbe a quello della quantità di merce  $x$ , che pure non partecipa allo scambio. In altre parole, merci differenti possono essere accomunate dallo stesso valore di scambio, astratto dalla qualità propria di ciascuna merce coinvolta nello scambio stesso. Da ciò Marx conclude che “i valori di scambio validi della stessa merce esprimono la stessa cosa e, in secondo luogo, che il valore di scambio può essere in generale solo il modo di espressione, la ‘forma fenomenica’, di un contenuto distinguibile da esso. Questo è il ‘valore’” (ivi: 66). Perciò, il valore di scambio appare come qualcosa di puramente relativo e relazionale, come un valore immanente alla logica delle merci, e non al singolo prodotto in sé.

Se si fa astrazione, cioè se si prescinde dal valore di uso dei corpi delle merci, la merce non è più nemmeno il prodotto di un lavoro produttivo determinato. Con il carattere di utilità dei prodotti del lavoro scompare anche il carattere di utilità dei lavori rappresentati in essi, e quindi scompaiono anche le diverse forme concrete di tali lavori. Essi non si distinguono più, ma sono ridotti tutti insieme a lavoro umano uguale – un lavoro astratto:

Non è rimasto nulla di questi prodotti del lavoro all’infuori di una medesima spettrale oggettività, di una pura e semplice gelatina di lavoro umano indistinto, cioè di dispendio di forza lavorativa umana, senza riguardo alla forma particolare in cui è stata spesa. Questi oggetti materiali, trasformati in sublimati identici, campioni dello

stesso lavoro indistinto, rappresentano ormai soltanto il fatto che nella loro produzione è stata spesa forza di lavoro umana, il fatto che vi è accumulato lavoro umano. Come cristalli di questa sostanza sociale, comune a tutti i prodotti del lavoro, essi sono valori. (ivi 68)

Il valore della merce si presenta come cristallizzazione del lavoro e, specularmente, quest'ultimo non è che la sostanza dello stesso valore. Tuttavia, benché si componga di innumerevoli forze di lavoro individuali, tale sostanza si presenta qui come un'unica e generica forza di lavoro umana. Ognuna di queste forze lavoro individuali è un'astrazione determinata, ossia una forza lavorativa umana identica alle altre, in quanto possiede il carattere di una forza di lavoro sociale media<sup>18</sup>.

L'astrazione, la socialità e la relazionalità che caratterizza il lavoro nel sistema di produzione capitalista è la stessa forma che acquisiscono i suoi prodotti, ovvero le merci. Tale forma delle merci sorge dal carattere sociale del lavoro che le produce. In generale, gli oggetti di uso diventano merci soltanto perché sono prodotti di lavori privati, eseguiti indipendentemente l'uno dall'altro. Il complesso di tali lavori privati costituisce il lavoro sociale complessivo, ovvero il lavoro totale della società. Allo stesso modo, la merce acquisisce un'identità, un valore, astratto dalla sua concretezza e individualità materiale (valore d'uso), solo nella relazione che intrattiene con le altre merci nel momento dello scambio. Ecco come ad un primo momento di astrazione segue<sup>19</sup> un momento di concretizzazione, materializzazione, apparentemente opposti, ma complementari e funzionali ad un complessivo meccanismo di oggettivazione di merce e lavoro (in quanto merce) dal soggetto-lavoratore.

Come specifica Marx, a ritroso, “l'uguaglianza dei lavori umani riceve la forma materiale dell'uguale oggettività di valore dei prodotti del lavoro” (ivi: 123). In altre parole, è solo nel momento dello scambio di merci che viene a rimaterializzarsi, nella merce, la sostanza del lavoro che, nello stesso momento, ha dato forma alla merce. Questa scissione del prodotto del lavoro in valore d'uso e valore di scambio si realizza, in pratica, soltanto quando lo scambio ha raggiunto un'estensione e un'importanza sufficienti, affinché le merci vengano prodotte

---

<sup>18</sup> L'unica determinazione di questa astrazione, il *quantum* del valore, è data dal tempo di lavoro necessario in media, ossia necessario socialmente, a produrre il valore. Ed è proprio dalla sostanza (lavoro astratto) e dal quantum (tempo di lavoro socialmente necessario) che è possibile risalire anche alla forma del valore: la forma merce appunto.

<sup>19</sup> La successione di questi momenti non è né di carattere cronologico, né più genericamente logico, ma segue esclusivamente l'ordine arbitrario della sua esposizione nel *Capitale*.

direttamente per lo scambio, vale a dire affinché la produzione delle merci sia conforme all'obiettivo del loro successivo scambio.

Così i produttori entrano socialmente in contatto soltanto in funzione e mediante lo scambio dei prodotti del loro lavoro, ed è lì che i caratteri specificamente sociali dei loro lavori privati si manifestano. I lavori privati sono articolazioni del lavoro sociale complessivo e si realizzano soltanto mediante le relazioni nelle quali lo scambio pone i prodotti del lavoro e, attraverso di questi, i produttori. Perciò, ai produttori, i rapporti sociali fra i loro lavori privati si manifestano per quel che sono: non come rapporti immediatamente sociali fra persone, ma, come rapporti tra cose mediate da persone e rapporti sociali tra persone mediate da cose:

all'interno dei nostri commerci di merci, questi caratteri sociali dei lavori dei produttori [si fissano nella loro testa alla rovescia]. A loro si manifestano come qualità naturali riconosciute socialmente, come determinazioni oggettive dei prodotti stessi del lavoro; l'uguaglianza di lavori umani si manifesta –[e non appare]– come proprietà [intrinseca] del valore dei prodotti del lavoro; la misura del lavoro, tramite il tempo di lavoro socialmente necessario, si manifesta come grandezza del valore dei prodotti del lavoro; infine il rapporto sociale fra i produttori di merci si manifesta come rapporto di valore, ossia come rapporto sociale fra questi oggetti del valore, fra i prodotti del lavoro. (ibid.)

A tal punto, Marx si chiede retoricamente da dove sorga questo carattere feticistico del prodotto del lavoro appena questo assume la forma di merce, se non, evidentemente, proprio da tale forma. La materializzazione e ri-velazione del lavoro nello scambio, la sua concretizzazione in merce, si presenta come un momento che riproduce il feticismo di partenza – ovvero quella forma di relazione tra lavori e, al contempo, di separazione tra soggetto e oggetto del proprio lavoro caratteristica della produzione capitalista. Così, nello stesso momento che il lavoro si materializza nell'oggetto di scambio, a sua volta quest'ultimo assume la forma di merce, separandosi dal lavoro che l'ha prodotto per intrattenere relazioni solo con altre merci. Ecco come, secondo Marx, le cose materiali assumono il carattere di feticci: non nella loro esistenza fisica o nella loro funzione concreta di per sé, ma nella loro realtà di "forme materiali" di uno specifico tipo di sistema sociale (cfr. Pietz 1993: 145).

Il tentativo di concretizzazione di tale sistema di relazioni all'interno di un'unica merce non può che risultare fallimentare, dal momento che ciascuna merce concentra su di sé, in qualità di forma materiale e nel suo valore



differenziale, l'intero codice di questa sua valorizzazione, al punto di animarsi e assumere lo statuto di feticcio:

A prima vista, una merce appare una cosa banale, ovvia. La sua analisi, in realtà, rivela che è una cosa ingarbugliatissima, piena di sottigliezze metafisiche e di ghiribizzi teologici. Finché è valore di uso, è una cosa sensibile, e fin qui non c'è alcunché di misterioso in essa, sia che la si consideri dal punto di vista che essa soddisfa, con le sue proprietà, bisogni umani, sia che riceva tali proprietà soltanto come prodotto del lavoro umano. È chiaro come la luce del Sole che l'uomo, con la sua attività, modifica in maniera utile a se stesso la forma dei materiali naturali. Per esempio, la forma del legno viene trasformata quando se ne fa un tavolo. Cionondimeno, il tavolo rimane legno, cosa ordinaria e sensibile. Ma, appena si presenta come merce, il tavolo si trasforma in tutt'altro oggetto, una cosa sensibile e soprasensibile, allo stesso tempo afferrabile e inafferrabile. Non solo poggia con i piedi per terra, ma, di fronte a tutte le altre merci, esso si mette a testa in giù, e sgomitola dalla sua testa di legno dei grilli - delle idee grottesche- e si abbandona alle più pazze bizzarrie - molto più mirabili che se cominciasse spontaneamente a ballare. (ivi: 121)

### 3.2. Il problema dell'oggettivazione

Questo passaggio cruciale sul feticismo della merce è stato oggetto di numerose riflessioni da parte di diversi autori e critici. La questione ruota principalmente attorno al ruolo del feticismo nel percorso di *esposizione*<sup>20</sup> del *Capitale* e all'interno del pensiero di Marx in generale<sup>21</sup>. Alcune interpretazioni si concentrano sul fatto che il paragrafo dedicato al feticismo segua l'analisi della merce (e dello stesso lavoro come merce); il feticismo si presenterebbe dunque come un fenomeno, nel senso di apparenza ideologica, falsa coscienza, che a sua volta *ri-vela*, nel senso di far apparire e al contempo di celare, il processo di mistificazione del valore d'uso naturale del prodotto (e del lavoro) da parte del valore di scambio ideologico. Così come la merce è unità fondamentale di sviluppo

---

<sup>20</sup> Il termine "esposizione" (*Darstellung*) è scelto appositamente perché indica la specifica modalità in cui Marx *espone* la logica del modo di produzione capitalistico. L'esposizione si basa su un principio di "progressione sistematica delle categorie" (Bellofiore 2013: 17). Marx articola il proprio discorso supponendo che ogni categoria sia "deficitaria in termini di determinazione rispetto alla successiva" (ibid.). Il punto di arrivo di questo procedimento espositivo sarà la ricostruzione della logica di funzionamento del modo di produzione capitalistico, che verrà dunque a coincidere con lo stesso percorso espositivo del *Capitale* in quanto testo.

<sup>21</sup> Per una ricostruzione teorica della posizione del feticismo all'interno dell'impianto marxiano si veda Friedman (1974).

del capitale, lo stesso feticismo rappresenterebbe, a livello della merce, la più ampia dialettica tra struttura materiale e sovrastruttura ideologica, tipica del capitalismo e della prospettiva del materialismo storico nel suo complesso.

In questa prospettiva, Lukàcs (1923: 170) si sofferma sulla mistificazione delle relazioni di produzione dietro al carattere relazionale della merce: “una relazione tra persone acquisisce un carattere reificato, il quale, attraverso la sua stretta – e a tutte le apparenze completamente chiusa e razionale – autonomia, nasconde ogni traccia della sua essenza fondamentale, i.e. come relazione tra esseri umani; ci troviamo così in “un mondo di cose già fatte e relazioni tra queste cose il cui potere agisce autonomamente” (ivi: 175). Di fronte ad esse, il soggetto diviene una sorta di “istanza contemplativa” (ivi: 179), uno “spettatore impotente” (ivi: 180), del sistema autonomo e conchiuso delle merci, e dello stesso lavoro in quanto merce.

Difatti, non è solo la merce intesa come prodotto materiale, ma lo stesso lavoro ad essere feticizzato, proprio nel momento della sua materializzazione: “il lavoro umano si contrappone all’essere umano come qualcosa di oggettivo, e domina sull’essere umano con un’autonomia che è aliena a costui [...] l’essere umano è reso un meccanismo di un sistema meccanico a cui è subordinato” (ivi: 176-179). È proprio a causa di questa oggettivazione che il carattere qualitativo, individuale e umano del lavoro da forza intrinseca diviene qualcosa da possedere e, al contempo, da potere oggettivare e alienare.

Dall’analisi di Lukàcs emerge come il feticismo si presenti come un meccanismo ideologico che fa apparire in maniera falsata il valore della merce, mistificandone l’essenza di oggetto d’uso e l’origine nel lavoro del soggetto. Dunque, in una prospettiva che valorizza molto l’influenza di Hegel su Marx, per Lukàcs il feticismo è riconducibile a un processo di oggettivazione-alienazione del soggetto-lavoratore nel momento stesso della produzione dell’oggetto-merce.

A partire da questi presupposti, Miller (1987), avanza l’ipotesi che se il feticismo è un momento di oggettivazione-alienazione a partire dalla produzione, esso può essere superato dialetticamente nel momento del consumo. È difatti nel consumo che il soggetto individualizzato riottiene la propria unità, riappropriandosi dell’oggetto non più in quanto merce (valore di scambio), ma proprio in quanto prodotto di consumo (valore d’uso). In particolare, Miller afferma che l’oggettivazione si riferisce a un processo dialettico in cui il soggetto in un primo momento esternalizza se stesso per poi riappropriarsi nuovamente di questa esternalizzazione nel momento del consumo.

La cultura materiale, o la cultura dei consumi, è sempre stata criticata per il suo feticismo, in quanto focalizzata sugli oggetti di per sé piuttosto che sulle relazioni sociali che la soggiacciono e sostengono. Tuttavia, per Miller, la negatività di tale focus è da leggere in termini dialettici, dal momento che il consumo di massa è l'arena in cui soggetti e oggetti hanno finalmente la possibilità di interagire e di raggiungere una sintesi.

Uno degli esempi che Miller (1990) porta avanti a sostegno della sua tesi è quello dei *blue jeans*. Da un lato, i blue jeans esprimono un valore associato alla cultura occidentale, a cui le persone dei paesi meno sviluppati – spesso gli stessi produttori del bene di consumo - possono aspirare attraverso il consumo, ma senza mai del tutto riappropriarsene. D'altra parte, nonostante siano simboli dell'egemonia coloniale del capitalismo occidentale, essi sono anche simboli del proletariato. Attraverso il loro consumo di massa, i blue jeans significano uguaglianza e, allo stesso tempo, attraverso la pluralità delle loro varianti, divengono simboli identitari e di anticonformismo. Secondo Miller, tale pluralità e possibilità di variazione proviene dal basso, ovvero dall'azione individuale di riappropriazione da parte del consumatore, dedito a marcare la propria personalità attraverso il jeans - progressivamente colorato, riempito di disegni, di spille, borchie, e addirittura di strappi e buchi.

Tuttavia, è utile sottolineare che già da un po' di tempo a questo parte, se non proprio a partire dal periodo in cui Miller ne scriveva, sono le stesse industrie e multinazionali a produrre tutta una serie di variazioni e differenze personalizzate e, al contempo, inevitabilmente omologate, precodificate e confezionate. In questo modo, l'ambivalenza del jeans come oggetto-feticcio non si gioca solo nel suo essere oggetto di consumo individualizzato, ma nell'essere elemento seriale, socialmente codificato, ed espressione di un intero sistema sociale di produzione, scambio e consumo.

Difatti, il problema della cultura materiale non è quello di concentrarsi sugli *oggetti* – un problema che, in linea con Miller, non sussisterebbe dal momento che destinato dialetticamente a risolversi. Piuttosto, il problema è quello di concentrarsi sulle *cose*, concentrando su di queste l'intero codice culturale (e materiale) in quanto elementi che fanno la *differenza*. Nel momento del consumo, difatti, piuttosto che riappropriarci soggettivamente/individualmente dell'oggetto, consumiamo il valore della cosa in quanto elemento differenziale all'interno della struttura sociale del consumo e della produzione in serie. È proprio questo il gioco del feticismo: nella riappropriazione del feticcio non facciamo che riprodurre il codice della sua stessa differenziazione e feticizzazione.

### 3.3. Dalla merce al capitale

Nella sezione precedente abbiamo messo in luce alcune delle letture sul feticismo della merce in Marx che interpretano questo fenomeno come un momento ideologico (falsa coscienza) di alienazione, e dunque di attribuzione di proprietà del soggetto nell'oggetto, nel prodotto del proprio lavoro. Iacono (1983) contrappone questa prospettiva sul feticismo, legata all'inversione tra valore d'uso e valore di scambio, ad un'altra tradizione interpretativa che cerca di indagare in maniera alternativa il rapporto tra questo fenomeno e la teoria del valore che lo precede nell'esposizione del *Capitale*.

De Angelis (1996) cerca di ripercorrere a ritroso tale relazione; secondo l'autore, "il campo dialettico generale della teoria del valore di Marx può essere fornito solo sulla base della teoria del feticismo della merce" (ivi: 15). De Angelis parte dall'astrazione che caratterizza il modo di produzione capitalista, facendo emergere come questo meccanismo contribuisca ad una completa ridefinizione del lavoro in quanto attività materiale e sensibile, sino a un completo annullamento della stessa capacità e affettività sensoriale (*sensuousness*) del lavoratore:

L'astrazione dalle determinazioni concrete del lavoro utile [conforme allo scopo della produzione di valore d'uso] significa necessariamente fare astrazione da quelle determinazioni che costituiscono il dominio della *sensuousness* dei lavoratori. Significa, in altre parole, fare astrazione dall'esperienza vissuta del lavoratore. (ivi: 9)

Tuttavia, lo stesso De Angelis precisa che,

Il lavoro astratto da un lato significa fare astrazione dall'esperienza vissuta dei lavoratori, dall'altro significa l'esperienza vissuta della stessa astrazione [...] la categoria marxiana di lavoro astratto come lavoro che crea valore [di scambio] non è una rappresentazione teorica astratta dalla realtà, e nemmeno uno strumento formale di equiparazione di lavori concreti differenti, ma l'immagine speculare di un'attività reale e tangibile. (ivi: 10-11).

Il passaggio da una logica della produzione sensibile ad una logica relazionale dello scambio, non implica né una derealizzazione né una dematerializzazione dell'esperienza. Piuttosto, è proprio il principio della relazione e dello scambio che esalta la materialità della condizione capitalistica. Come visto in precedenza, l'astrazione del lavoro nella forma merce in elemento scambiabile è al contempo reificazione di questo stesso lavoro "da un lato si ha la reificazione delle relazioni

di produzione tra le persone, perché le persone entrano in relazione esclusivamente come possessori di cose. Dall'altro lato vi è la personificazione delle cose, il cui carattere sociale viene percepito come loro qualità naturale" (ivi: 16).

Questa constatazione mette in crisi la tradizionale critica al feticismo in quanto alienazione o falsa coscienza. Difatti, tale prospettiva, da un lato, mette sotto accusa l'astrazione dalla materialità del lavoro, dall'altro, critica la reificazione delle relazioni tra persone in termini di relazioni tra cose materiali, senza essere capace di conciliare questi due argomenti apparentemente contraddittori.

Il nodo della questione sta nel fatto che le relazioni tra produttori, dapprima astratte e poi reificate in quanto relazioni tra cose, non debbano essere necessariamente relazioni di produzione: si tratta piuttosto di relazioni di riproduzione della struttura sociale capitalista nel suo complesso "dal momento che il prodotto acquisisce valore solo in una determinata organizzazione sociale del lavoro, il valore non è una proprietà dei beni, ma una forma o funzione sociale che il prodotto del lavoro attualizza in qualità di collegamento tra produttori di merce dissociati (ivi: 17).

A tale proposito, Dimoulis e Milios (2004: 31) affermano che "il modo di produzione capitalista riproduce costantemente non solo i prodotti materiali, ma anche le relazioni socio-economiche, i determinanti formali e i materiali della loro formazione. Così, continuamente, i suoi effetti appaiono come le sue premesse, e le sue premesse come i suoi effetti". In altre parole, secondo i due autori, non bisogna intendere i rapporti di produzione come presupposto della produzione delle merci e più ampiamente del capitale, ma piuttosto vedere come è il capitale nel suo principio dello scambio della merce a determinare le relazioni tra produttori. Da cui si deduce che , "l'ideologia è prodotta dalla struttura dello scambio della merce [...] essa può essere definita organicamente, slegata dalla falsa coscienza, e cioè slegata dall'opposizione tra verità e falsità" (ibid.)

In riferimento al lavoro di Dimoulis e Milios, Wayne (2005: 202) sottolinea che "nei *Grundrisse* Marx parla del 'semplice scambio dei valori di scambio' come di 'un'astrazione infantile', ed è precisamente a questo livello di astrazione e della circolazione di beni e denaro, che la genesi dell'ideologia dal basso, o *feticismo*, deve essere rintracciata". L'autore prosegue affermando che, "l'atto feticistico dello scambio in sé costituisce il fondamento ideologico essenziale e spontaneo su cui può svilupparsi la sistematica produzione ed elaborazione delle ideologie politiche, giuridiche e culturali" (ivi: 209). Da qui, Wayne può così concludere che "sotto il capitalismo esiste una forma generale di ideologia che può essere derivata

dal feticismo della forma-valore [...] questa forma potrebbe essere capace di offrire un resoconto dell'unità delle ideologie a livello della forma" (ivi: 215).

Le posizioni di questi autori possono essere riassunte nei seguenti punti:

1. il feticismo non si presenta come falsa coscienza ideologica, ma come elemento strutturale del capitale a partire dal suo principio dello scambio;
2. la dialettica tra base e sovrastruttura ideologica (a livello del capitale), e l'analoga tra valore d'uso e valore di scambio (a livello della merce), deve essere sostituita da un'unica struttura o forma organizzata secondo il principio dello scambio.
3. da un feticismo (della produzione) della merce come negazione del valore d'uso si passa ad un feticismo (della riproduzione) del capitale nel suo complesso, ovvero del sistema totale che ha come nucleo il valore di scambio.

Tali conclusioni ci spingono a ipotizzare una sorta di inversione logica tra valore di scambio e valore d'uso all'interno dell'analisi del feticismo che stiamo cercando di condurre. A tale proposito, sempre Wayne (2005) analizza come il capitale non si sviluppi a partire dal circuito della produzione merce-denaro-merce (M-D-M), ma dal circuito dello scambio denaro-merce-denaro (D-M-D)<sup>22</sup>; Ovvero come le conversioni/inversioni feticistiche che occorrono non siano quelle incentrate sul rapporto soggetto-oggetto, in cui il valore di scambio (denaro: D) si pone come semplice mediazione/oggettivazione dialettica che presuppone e implica (sia logicamente che cronologicamente) l'unità del soggetto della produzione nel successivo consumo dell'oggetto (merce: M); piuttosto, la conversione è *già* quella di un codice del valore di scambio (D) che si riproduce attraverso la produzione e il consumo soggettivo della merce (M); difatti, "ciò che viene invertito nel feticismo D-M-D non è qualche essenza storica dell'essere umano. Al contrario, l'inversione è specifica della struttura del capitale. Mai come nell'era del capitalismo, il mondo degli oggetti che la forza-lavoro umana produce, è stato più potente di e autonomo da tale forza-lavoro" (ivi: 205).

A proposito dello stesso circuito D-M-D, Pietz (1993: 147) parla di "inversione feticistica fondamentale della produzione borghese: capitale produttivo

---

<sup>22</sup> Ellen (1988: 222) annovera il denaro come uno dei feticci più emblematici, dal momento che esso è astrazione, segno della merce, e merce per eccellenza (puro valore di scambio), ma allo stesso tempo è concretizzazione della logica astratta dello scambio di cui esso stesso è elemento paradigmatico. Tale aspetto di concretizzazione, e di conseguente feticizzazione del denaro, è evidente e radicale nel culto dello stesso nella sua forma materiale – si pensi al fascino dell'oro o al deposito paradisiaco di Zio Paperone.

monetizzato, che era stato meramente strumento per ottenere ricchezza, viene identificato con la ricchezza stessa”. A sostegno di questa tesi e a riprova del fatto che il feticismo non sia limitato alla merce, ma al sistema capitale nel suo complesso, Wayne afferma come un aspetto feticista è implicito anche nella teoria del plusvalore. Difatti, dal punto di vista di M-D-M, lo scambio tra capitale e lavoro appare giusto ed equivalente, ma, dal punto di vista di D-M-D, il capitale ha riassunto il lavoro, ovvero quella merce speciale che produce più valore di quanto ne richiede per la propria riproduzione ed espansione (D-M-D<sup>1</sup>): “la teoria del plusvalore è quella che ancora una volta rivela un modalità di scambio invisibilmente mischiata con un’altra modalità di scambio, ma altamente antitetica a questa” (ivi: 205).

In altre parole, il ciclo della produzione e del valore d’uso diviene uno strumento ideologico per la riproduzione del ciclo dello scambio, del capitale nel suo complesso, e della sua espansione automatica, feticistica. Dietro l’alibi della materialità del lavoro e del valore d’uso, come origine e fine/scopo dello scambio, “si cela quell’equità formale che cancella qualsiasi particolarità e differenza, in modo che le merci possano esporsi collettivamente come una totalità di frammenti atomizzati” (ivi: 207). Il feticismo dunque non cela le relazioni tra i produttori dietro le relazioni tra cose, ma, concentrando la catena delle relazioni di scambio sui suoi elementi atomizzati, mistifica e al contempo riproduce tale catena sociale e le sue differenze costitutive.

#### 4. Forma Merce e Forma Segno

La critica al feticismo in Marx, ricostruita in modo sommario nel capitolo precedente, è servita ad ampliare la prospettiva dal nucleo della merce al sistema del capitale nel suo complesso, evidenziando progressivamente una strutturalità materiale, tutt'altro che astratta, del valore di scambio e del suo circuito in espansione. Come visto, tale esposizione del capitale porta a riconsiderare i rapporti logici tra valore d'uso e valore di scambio, tra produzione e scambio (e consumo), e tutto il meccanismo feticistico che vi si gioca attorno. Così, pur riaffermando la centralità della merce, risulta altrettanto fondamentale considerare quest'ultima non in quanto mero prodotto di lavoro alienato, ma in quanto *forma* del valore e al contempo materializzazione di questa stessa forma relazionale.

Questo capitolo vuole focalizzarsi proprio sulla questione del valore, approfondendo e superando le ambivalenze riscontrate sinora tra valore d'uso e valore di scambio attraverso l'analisi del valore-segno. La posizione del valore-segno della merce all'interno del sistema del capitale risulterà fondamentale proprio a stabilirne l'intera cosmologia e a comprenderne a fondo il meccanismo feticistico.

A tale proposito, si è ritenuto opportuno iniziare questo capitolo portando avanti un confronto tra alcuni passaggi teorici rintracciabili nei testi di Ferruccio Rossi-Landi e di Jean Baudrillard, per poi ragionare in maniera più approfondita sul lavoro quest'ultimo. Pur partendo da presupposti diversi, attraverso traiettorie non sempre parallele e, inevitabilmente, verso conclusioni alternative, i due autori si prefiggono lo stesso macro obiettivo: l'analisi dei meccanismi di riproduzione (del) sociale nel suo complesso.

È proprio questo ampio respiro teorico ciò che fa convergere l'attenzione di entrambi verso i rapporti tra quei due domini, apparentemente discreti, che costituiscono le principali forme di (ri)produzione sociale: il materiale e il semio-linguistico. A tale proposito è inevitabile per entrambi gli autori un continuo riferimento all'opera di Marx e alla tradizione marxiana: una teoria che risulta sostanzialmente arricchita dal contributo di Rossi-Landi e, per certi versi, capovolta dalla prospettiva di Baudrillard. Ed è questa riconfigurazione delle categorie marxiane avanzata da Baudrillard che ci porterà a ridefinire la nozione di feticismo.



#### 4.1. Il lavoro come *genus* comune

##### *Il linguaggio come lavoro*

Per ricostruire il percorso che ha portato Rossi-Landi alla celebre “omologia” tra produzione materiale e linguistica (1968), è necessario partire dal nucleo della convergenza tra lavoro e linguaggio<sup>23</sup>.

In due saggi del 1967, raccolti successivamente in *Semiotica e Ideologia* (1972), Rossi-Landi si concentra sul complesso rapporto tra uso e significato degli enunciati, simulando una sorta di arringa su quanto il significato di questi artefatti linguistici sia dipendente o meno dall’uso che se ne fa (ivi: 32-34). La diatriba è inizialmente risolta constatando come il significato si dipenda dall’uso, ma allo stesso tempo evidenziando che “si danno rapporti socialmente abbastanza stabili fra tipi di enunciati e tipi di contesti [d’uso] [...] Proprio per questo la sua [del significato dell’enunciato] dipendenza dal variare dei contesti non è mai una dipendenza che possa inficiare totalmente la porzione centrale del suo significato” (ivi: 15). Così, prosegue l’autore, “la dialettica fra enunciato, proposizione [significato] e contesto [d’uso] può venire attenuata e distorta, ma non distrutta” (ivi: 17).

Successivamente, Rossi-Landi definisce ancora meglio il meccanismo e gli elementi di questa dialettica, partendo dalla tutt’altro che banale considerazione che non ci possa essere uso e significato senza l’oggetto da usare; l’autore si focalizza proprio sul processo di produzione dell’artefatto linguistico: “Un’ipotesi di ricerca che mi sembra particolarmente feconda consiste nel considerare qualsiasi oggetto linguistico come una sintesi derivante da oggetti precedenti, cioè come una specie di *prodotto*.” (ivi: 35).

Secondo Rossi-Landi, il momento che media e dà stabilità al rapporto tra significato e uso di un artefatto linguistico, a qualsiasi livello di complessità, è proprio il lavoro per mezzo del quale i pezzi vengono sommati *dialetticamente* al fine di ottenere tale artefatto: “né l’enunciato né l’utensile sono la mera somma delle loro parti. Sono delle *totalità*, cioè risultati di *somme dialettiche*; e fra gli addendi di tali somme occorre annoverare anche il lavoro che li ha messi insieme e che si è ‘cristallizzato’ in quei prodotti” (ivi: 37).

---

<sup>23</sup> Lo sviluppo teorico qui riproposto non rispetta strettamente la cronologia delle opere di Rossi-Landi.

A partire da questo presupposto, Rossi-Landi porta avanti una vera e propria omologia tra produzione linguistica e produzione materiale sotto il *segno* del lavoro, sviluppatasi all'interno della prospettiva materialista:

Fra gli artefatti materiali [...] e gli artefatti linguistici [...] si dà una costitutiva omologia. Non si tratta naturalmente di identità; ma nemmeno di semplice analogia, cioè di mere somiglianze constatate applicando un qualche criterio a situazioni eterogenee e geneticamente disconnesse. Esiste all'origine dei due ordini di artefatti, negli sviluppi che conducono a essi, una radice antropogenetica comune. (Rossi-Landi [1972]1994: 59)

Come afferma Bianchi (2015: 12), a contorno delle parole dello stesso Rossi-Landi (1983: 36):

The products of these two kinds of work are different, but the process which constitutes linguistic and material objects is identical [...] “Linguistic work and non-linguistic work, as species normally held arbitrarily separate, are reunited in the *genus* to which they both by equal right belong” that is to the category of man himself, the historical result of his own work.

Dunque, la radice antropogenetica - il *genus* comune - degli artefatti materiali e linguistici è da rintracciarsi proprio nel lavoro umano. Nello schema omologico, il lavoro come logica di successione tra i vari livelli di significazione e uso dell'enunciato rispecchia il lavoro nella sua accezione materiale e materialista in quanto prassi di sviluppo della condizione umana. Le produzioni – sia linguistica che materiale - vengono così considerate omologhe, analizzabili attraverso un metodo sia logico-strutturale che storico-genetico.

### *Il lavoro come linguaggio*

Se parte dell'omologia si basa sulla constatazione che “avere significato [...] è carattere costante di tutto ciò che viene prodotto dal lavoro umano.” (Rossi-Landi 1972: 36), c'è ora da indagare le ragioni profonde e le conseguenze di questo accostamento tra significato e lavoro al fine di comprendere appieno la stessa omologia.

Come sottolinea Borrelli (2014), Rossi-Landi riprende da Marx la nozione *zweckmäßige Tätigkeit*, cioè “l'attività conforme a scopo”, per descrivere

l'essenza del processo lavorativo: se il lavoro è un'attività sociale, in vista di un determinato obiettivo, allora questa attività non può che “svolgersi secondo un programma” (Rossi-Landi 1985: 16) - che a sua volta non può che presentarsi sotto forma di semiosi organizzata<sup>24</sup>. Così, l'interpretazione del *linguaggio come lavoro* è complementare alla constatazione del *lavoro come linguaggio*, “perché l'attività di produzione di segni costituisce una parte fondamentale dei rapporti materiali di produzione, ponendo – sotto forma di programmi – le finalità dei processi lavorativi.” (Borrelli 2019: 2)<sup>25</sup>.

Questo versante dell'omologia è ciò che ci permette di completare l'analisi sul rapporto di (quasi) stabilità che intercorre tra significato e uso dell'artefatto, linguistico o materiale che sia. L'autore infatti mostra come le dimensioni del lavoro produttivo e dell'uso-consumo possano sovrapporsi come processi, programmi semiotici volti ad una prassi, e contemporaneamente differenziarsi, rendersi discreti attraverso l'artefatto, in quanto prodotto del lavoro, che diviene una sorta di “punto fermo” (Rossi-Landi 1985: 16) all'interno dello stesso processo.

Difatti, l'artefatto costituisce “una tipica situazione dialettica di unità-distinzione. L'uso è lavoro; al tempo stesso, l'uso si distingue dal lavoro” (ivi: 19). Nello specifico, l'uso coincide con il lavoro perché anche l'uso di ogni artefatto avviene necessariamente in base ad “operazioni programmate” (ibid.), ovvero in maniera conforme ad uno scopo. In questa logica, l'uso risulta essere quindi prolungamento e raddoppiamento virtuale, ma allo stesso tempo, chiusura e attualizzazione del lavoro inscritto nell'artefatto.

Dunque, il programma d'uso dipende “dalle proprietà dell'artefatto, le quali sono state riunite e combinate nell'artefatto dal lavoro produttivo che vi ha realizzato un esemplare di un modello ben preciso” (ivi: 24-25) – e ancora, “usare una cosa significa comportarsi con essa, o rispetto a essa” (ivi: 161). La conclusione di Rossi-Landi è che il programma d'uso sia “connesso al modello di produzione; ma si tratta d'una connessione indiretta, perché di mezzo c'è appunto

---

<sup>24</sup> A tale proposito, Borrelli (2014) integra la prospettiva di Rossi-Landi con la semiotica dell'artefatto di Proni (1990; 2012). Quest'ultimo afferma che “Il futuro [...] influisce sul presente in maniera indiretta, tramite l'azione mediatrice dell'intenzione, che si configura come ragionamento sull'assente possibile (1990: 204). L'assente possibile “è l'oggetto del desiderio che, insoddisfatto, viene proiettato e interpretato in altri segni, divenendo l'obiettivo di un pensiero che può produrre l'azione per congiungersi con esso” (Proni 2012, 100).

<sup>25</sup> Riprendendo Proni (2012: 52), “l'Oggetto è il processo di produzione, che rappresenta il passato dell'artefatto, la catena di cause ed effetti che lo ha prodotto come entità materiale; dall'altra l'Oggetto è l'interazione possibile, la funzione, cioè il suo futuro.” Dunque, l'artefatto è solo il punto di convergenza, di rispecchiamento reciproco e completamento dei progetti della produzione e dei progetti del consumo: l'evento materiale che emerge dalla totalità del processo.

l'artefatto come totalità in sé compiuta, come risultato stabile di precedente lavoro” (ivi: 25).

Ciò che si vuol dire, anche per meglio precisare le idee espresse in precedenza, è che il significato di un artefatto è già dato dal suo lavoro di produzione non solo in quanto attività conforme a uno scopo/uso (ed è questo che regola e determina la stabilità tra enunciati e contesti d'uso), ma anche come attività che, in funzione di quello stesso obiettivo futuro, opera un'azione presente di assemblaggio, somma dialettica delle parti costitutive dello stesso artefatto, di cui lo stesso lavoro costituisce un addendo. Proprio per questo le parti dell'artefatto non cambiano significato a seconda dell'uso dell'artefatto, poiché il loro significato è ormai cristallizzato; è un significato relativo e funzionale prima di tutto alla loro stessa somma e solo indirettamente (attraverso la mediazione dell'artefatto in quanto somma, lavoro cristallizzato) funzionale all'uso dell'artefatto. In poche parole, bisogna ricordarsi che la produzione non produce solo l'uso consumo, ma lo stesso artefatto da consumare. Non si può dire lo stesso dell'uso (improduttivo) – esso, seppur potenzialmente nelle maniere più svariate (che sono comunque variazioni rispetto a un canone), non fa che attualizzare il significato, il programma d'uso inscritto nell'artefatto dal lavoro di produzione, ma non aggiunge nulla all'artefatto e né si aggiunge ad esso. Sia produzione che consumo/uso sono attività conformi ad uno scopo, ma questo scopo/uso non coincide mai del tutto.

Questa serie di passaggi logici si rifanno ancora una volta a Marx (1968) e possono essere ulteriormente approfonditi attraverso un riferimento al suo lavoro. Lo stesso Marx aveva difatti affermato come l'artefatto avesse *bisogno* di un consumo per attualizzarsi e che, allo stesso tempo, l'artefatto recasse con sé il *bisogno* del proprio consumo. Marx, parte così dall'artefatto, intendendolo come:

Un oggetto determinato, che deve essere consumato in un modo determinato, in un modo che a sua volta dev'essere mediato dalla produzione stessa [...] Non è soltanto l'oggetto del consumo dunque ad essere prodotto della produzione, ma anche il modo di consumarlo, non solo oggettivamente, ma anche soggettivamente. La produzione crea quindi il consumatore [...] la produzione fornisce non solo un materiale al bisogno, ma anche un bisogno al materiale. (Marx 1968: 16).

#### *Dalla produzione dell'artefatto alla riproduzione sociale*

Ciò che si ribadisce attraverso la centralità dell'artefatto, non è solo una prospettiva micro sulla pragmatica dell'oggetto, ma la più ampia dialettica tra

produzione e consumo, in cui il primo termine si presenta come momento egemonico di partenza e continua ripresa dell'intero ciclo di riproduzione del sociale.

Rossi-Landi sostiene che la riproduzione sociale si compone di tre momenti chiave: produzione, scambio e consumo, "Questi tre momenti sono irriducibili, nel senso che senza di essi non si ha riproduzione umana [...]. Produzione, scambio e consumo sono anzi così strettamente interconnessi che se ne può parlare separatamente solo per deliberata astrazione." (Rossi-Landi 1985: 28).

La più ampia prospettiva sulla riproduzione sociale, pur confermando la classica dialettica materialista tra produzione e consumo, la complica attraverso l'inserimento dei "sistemi segnici" in entrambi i momenti. Se per Rossi-Landi è il lavoro a dare quel significato/valore all'artefatto, bisogna tuttavia capire cos'è che dà senso al lavoro, ovvero, all'interno di quale universo segnico si inserisce quello stesso sistema di segni che motiva la produzione, l'uso-consumo, e il senso generale dell'artefatto.

Proprio perché il lavoro è attività conforme a un modello, a un progetto semiotico, l'artefatto, "essendo risultato di un lavoro, non può essere soltanto qualcosa di materiale ma possiede caratteristiche che appartengono al sociale. Gli artefatti sono dunque materiali che appartengono ai sistemi segnici sociali" (Zorzella Capi 2015: 6).

Tale appartenenza fa sì che il programma di senso/uso sia iscritto non tanto nell'oggetto materiale in sé tramite il lavoro, ma nel più ampio codice culturale e semiotico che definisce l'artefatto all'interno del meccanismo di riproduzione sociale e in funzione di esso: il capitale. In altre parole, il programma di senso dell'artefatto non è dato direttamente dal lavoro, ma appunto da una forma di semiosi organizzata socialmente, che riflette il capitale non come sistema produttivo, ma come più ampio meccanismo riproduttivo.

Come sottolinea Borrelli (2014: 12), il soddisfacimento dei bisogni del consumatore nelle società caratterizzate da un'economia capitalistica è mediato e fortemente condizionato dalle esigenze di valorizzazione del capitale. Tale valorizzazione si concretizza nel momento della distribuzione e dello scambio, nell'arena sociale del mercato. In questa prospettiva, la semiotica dovrebbe includere nell'ambito d'analisi lo studio dei programmi "che entrano in gioco affinché fra la produzione e il consumo si inserisca [...] lo scambio" (Rossi-Landi 1985: 34). Difatti, seguendo ancora le parole di Rossi-Landi, ciò che accomuna produzione e consumo è che "appartengono entrambi [...] alla stessa situazione fondamentale della riproduzione sociale, nel momento intermedio dello scambio."

(1970-71: 249). È questo il ruolo dell'economia e, nel quadro dell'omologia, della semiotica in quanto economia della significazione:

L'economia in senso stretto non si occupa della produzione e del consumo in quanto tali [...] L'economia è invece studio di qualcosa che ha luogo *tra* produzione e consumo, cioè dello scambio e dei suoi sviluppi [...] l'economia è studio di quel settore dei segni non-verbali nel quale le merci circolano come messaggi [...] ciò equivale a dire che l'economista si occupa del modo in cui un oggetto utile viene codificato in merce, e una merce viene decodificata in oggetto utile (Rossi-Landi 1972: 115).

Da ciò deriva che anche l'attenzione sull'artefatto materiale o linguistico vada spostata dal suo statuto di prodotto di lavoro a quello di "merce-messaggio", al fine di comprendere appieno la continuità tra schemi di produzione e programmi di uso-consumo inscritti nello stesso oggetto, nonché l'omologia tra artefatto linguistico e materiale. La merce (o messaggio) è un elemento molto complesso:

Un prodotto non si trasforma in merce come un bruco in farfalla; subisce tale trasformazione perché ci sono gli uomini che lo pongono dentro a relazioni significative [...] una merce è una merce invece di essere solo un prodotto o un mero oggetto utile perché, e fintantoché, è un messaggio di un certo tipo [...] La funzione segnica può essere presente in due modi: (i) Dentro al valore d'uso della merce; questa funzione segnica non ha nulla a che fare col fatto che l'oggetto sia una merce, perché la funzione segnica esiste già al livello del mero prodotto non ancora trasformato in merce. (ii) Dentro alla merce in quanto tale, cioè nel suo valore di scambio. È il secondo tipo di significazione che fa di un oggetto qualsiasi una merce [...] La significazione di un prodotto è il valore del lavoro umano, che vi si è cristallizzato; la significazione di un oggetto utile è la sua capacità di soddisfare un bisogno umano [...] le merci hanno un terzo tipo di significazione che deriva dalla *ratio* di lavoro umano a esse spettante nell'ambito della produzione totale di una comunità o di un sistema di comunità [...] Una merce non è un segno, è un messaggio [...] un messaggio viene costruito e funziona dentro alla realtà sociale (ivi: 111-13).

La dimensione di scambio sociale rende l'oggetto una merce-messaggio dotata di un valore (di scambio) e di un significato (differenziale), al di là del suo statuto di prodotto, di cristallizzazione di valore-lavoro concreto, o di valore d'uso. Tuttavia, è bene precisare che per Rossi-Landi il lavoro concreto e il valore d'uso rimangono comunque come momenti basilari del meccanismo di scambio e riproduzione sociale:

Affinché si possa realizzare la situazione dello scambio mercantile, è infatti necessario avere merci che includono innanzitutto valori d'uso [...] Senza valori d'uso non ci sarebbero valori di scambio. Un mercato nasce proprio nella reciproca azione dialettica di tutti questi fattori. Sosteniamo che lo stesso è vero per una comunità linguistica. (Rossi-Landi 1970-71: 236)

Il discorso sui valori, sulla loro dialettica, riflette quella prospettiva marxiana storico-materialista che vede nel lavoro e nella produzione una sorta di *originarietà*, in quanto struttura portante del più ampio meccanismo di riproduzione sociale.

Rimane un ultimo punto chiave da analizzare nel disegno di Rossi-Landi: l'ideologia. L'autore sviluppa una riformulazione *triadica* (cfr. Bianchi 2003-4: 135) delle dinamiche tra produzione e consumo, in cui, come abbiamo visto, “i sistemi segnici”, i programmi/schemi sociali (sia nel caso del singolo artefatto, sia in quello più ampio della merce-messaggio e dello scambio) vengono considerati mediatori tra le due entità, in quanto “già presenti in ogni modo di produzione e in ogni ideologia” (Rossi-Landi 1985: 240).

Tuttavia, questo aspetto comune tra i due momenti non è sufficiente a restituire un equilibrio, dal momento che, come affermato a più riprese, il termine della produzione rimane comunque egemone. Ed è in questa direzione di sostanziale continuità con la tradizione marxista che il metodo omologico, per quanto innovativo, è stato difatti impiegato. La (quasi) omologia tra produzione e consumo ha per certi versi ricevuto maggiore attenzione rispetto alla (quasi) corrispondente omologia tra dominio materiale e dominio linguistico da cui si era partiti<sup>26</sup>. Nello schema di Rossi-Landi, è il sistema dei segni a interporci costruttivamente nella dialettica tra produzione e consumo; in alternativa si sarebbe potuto spingere l'omologia in modo da decostruire e superare la dialettica tra struttura materiale e sovrastruttura semio-linguistica: ed è proprio in questa direzione opposta che si muove il metodo omologico di Baudrillard.

---

<sup>26</sup> Il gioco di parole può risultare forviante, ma perché è forviante di per sé l'uso delle categorie: è stato lo stesso Rossi-Landi a rompere le corrispondenze tra produzione/struttura/materia da una parte, e tra consumo/suprastruttura ideologica/linguaggio dall'altra, individuando aspetti e dinamiche incrociate, “omologhe” su più piani. Tuttavia, si vuol fare anche notare come tale rottura non sia del tutto approfondita con chiarezza, a rischio di un ritorno della corrispondenza tra queste categorie.

#### 4.2. Lo scambio come matrice

Ripartendo da dove ci eravamo lasciati, la presenza della dimensione segnica all'interno della produzione materiale è un punto centrale anche nel disegno di Baudrillard (1972). Per Rossi-Landi e marxismo, tale dimensione è rilevabile in termini di *contenuto*, sia esso un programma, uno schema d'uso-consumo o, nel peggiore dei casi, un valore ideologico a sostegno del valore di scambio - in ogni caso, un termine funzionale al ciclo di produzione materiale. Per Baudrillard, invece, la dimensione segnica si presenta come *forma*: un sistema di differenze che precede e costituisce la stessa forma-merce, nel più ampio processo di scambio delle differenze e riproduzione del sociale.

Se per Rossi-Landi l'apertura analitica verso la riproduzione sociale nel suo complesso ricade sempre sul ruolo egemonico della produzione, per Baudrillard è necessario partire direttamente dalla riproduzione sociale e rintracciare in ogni suo dominio un'omologia, ovvero la stessa logica/forma semiotica della relazione e dello scambio - compreso nel dominio della produzione materiale, laddove la merce, come *forma* appunto, acquisisce valore non come prodotto positivo del lavoro, ma come differenza all'interno di un sistema: un valore relazionale, di *scambio*<sup>27</sup>.

È necessario tuttavia fare almeno un ulteriore passo (indietro) per chiarire la differenza tra la prospettiva di Baudrillard e quella di Rossi-Landi. Se per quest'ultimo lo scambio era un momento inserito nel contesto della produzione capitalista, per Baudrillard si tratta di un principio sociale che va al di là di qualsiasi sistema di produzione.

Per dimostrare ciò, può essere utile ritornare all'omologia dello stesso Rossi-Landi. L'autore, come visto in precedenza, riscontra l'omologia tra merce e messaggio, evidenziando appunto come il momento della circolazione sociale e dello scambio di questi artefatti arrivi ad un livello avanzato del processo sociale di produzione (e significazione) riassunto dal suo schema. Tuttavia, leggendo il valore dell'artefatto materiale alla luce di quello linguistico, è più facile riscontrare l'*originarietà* del momento dello scambio sociale, non solo nel mediare, ma nel costituire il fondamento della dialettica produzione-consumo. Cerchiamo di proseguire con ordine.

---

<sup>27</sup> Come sottolinea lo stesso Borrelli (2019: 4), “a Rossi-Landi sfugge che il *livello di significazione fondamentale della forma merce* sia costituito esattamente dal suo *carattere oppositivo e contraddittorio*”. Ed è a partire da questo livello che è possibile sviluppare un'esposizione sistematica della riproduzione capitalista.



Se per Rossi-Landi è il lavoro a dare significato/valore all'artefatto, bisogna capire cos'è che dà senso al lavoro - ovvero, all'interno di quale universo semiotico si inserisce quel programma che motiva il lavoro e l'uso/consumo, e il senso generale dell'artefatto. Nel caso dell'artefatto materiale, come abbiamo visto, Rossi-Landi rintraccia tale universo semiotico esclusivamente in termini di programma/schema d'uso: un *significato funzionale* (sia esso funzionale all'essere umano o al capitale) che riflette il significato dato dal lavoro in principio.

Al contrario, per Baudrillard, nel caso dell'artefatto linguistico, tale operazione analitica non è sufficiente a spiegare il senso dello stesso artefatto; difatti, lo sfondo semiotico all'interno del quale il lavoro linguistico coglie senso è un codice sociale, una *struttura di segni*<sup>28</sup>, a priori rispetto l'uso (produttivo e non) che se ne fa dei suoi termini: una struttura segnica o codice sociale comparabile alla *langue* saussuriana. Dunque, la componente di condivisione/scambio sociale che Rossi-Landi ascrive a livello del messaggio è riscontrabile già a livello di semplice segno.

Di conseguenza, se l'omologia è valida, anche per quanto riguarda la merce un principio di relazione e di scambio deve essere riscontrato già a livelli inferiori dello schema. Ne deduciamo che qualsiasi prodotto è già di per sé merce, messaggio, o più semplicemente segno. Lo schema di Rossi-Landi ci parla di un'omologia tra prodotti linguistici e materiali che assumono valore a partire dal *genus* comune del lavoro; l'omologia di Baudrillard è invece un'omologia tra *forme*, a partire dalla stessa *matrice* dello scambio. In questa prospettiva, artefatti materiali (merce) e linguistici (segno) non sono finalità della produzione come momento che li precede, ma termini di scambio come principio di riproduzione sociale già intrinseco nella loro stessa forma<sup>29</sup>.

L'ideologia dunque non si costituisce più nel rapporto tra struttura economica e sovrastruttura culturale, in quanto operazione funzionale alla riproduzione dei rapporti di produzione materiale attraverso la produzione di determinati contenuti di linguaggio e pensiero. Secondo Baudrillard (1972), l'ideologia non è un contenuto, ma "una sola e medesima forma che attraversa tutti i campi della produzione sociale; è l'inclusione di ogni produzione [materiale o simbolica] in uno stesso processo di astrazione, di riduzione, di equivalenza generale e di

---

<sup>28</sup> La categoria *significato funzionale vs. significato strutturale* è ripresa dalla doppia dimensione di valore teorizzata da Saussure (1916), che approfondiremo nel secondo intermezzo.

<sup>29</sup> Seppur l'omologia di Baudrillard prende forma in *Per una critica dell'economia politica del segno* (1972), come si vedrà (4.3), è già presente in nuce nel suo primo libro, *Il sistema degli oggetti* (1968).

sfruttamento” (ivi: 155); più precisamente, “è la stessa forma che investe tanto la produzione di segni che la produzione materiale, o piuttosto il raddoppiarsi logico di questa forma in due termini.” (ivi: 152). In altre parole, l’ideologia sta nel raddoppiamento funzionale e strategico che costituisce entrambi i piani di queste due forme.

Nel caso della merce, secondo Marx, non vi potrebbe essere valore di scambio senza valore d’uso, ma non vi è omologia tra i due - il valore d’uso per definizione (marxiana) si oppone dialetticamente al valore di scambio, nella relazione tra finalità concreta e equivalenza astratta, laddove, in quest’ultima, il valore d’uso è negato. Per questi motivi, nella prospettiva marxista, il feticismo della merce agisce esclusivamente sul valore di scambio, dal momento che il consumo materiale dei valori d’uso, nella loro naturale utilità, sfugge la determinazione ideologica e designa un rapporto oggettivo che non si maschera.

Tuttavia, secondo Baudrillard, quando si fa del valore d’uso degli oggetti la loro ragione propria e primaria, si dimentica fino a che punto questa essenza funzionale sia regolata da una morale del lavoro e da una retorica del bisogno. Più che di funzione pratica, bisognerebbe parlare di funzionalità dell’oggetto al fine di un’etica sociale. Così come nel caso del valore di scambio, il valore d’uso è caratterizzato da un’astrazione che pone gli oggetti sullo stesso piano secondo il codice dell’utilità: una *forma-oggetto*, che dietro la sua apparente *oggettività* rivela la sua natura relazionale, socio-semiotica; così come nel caso della forma merce, è proprio in quanto forma che l’utilità non può più essere caratteristica intrinseca del singolo oggetto: una condizione accomunabile a tutti gli oggetti pur assumendo la falsa evidenza di una destinazione concreta, di una finalità propria.

Questo codice è lo stesso su cui si fonda il valore di scambio: perché vi sia scambio economico è difatti necessario che il principio dell’utilità sia divenuto il principio di realtà della cosa-oggetto. In altre parole, perché siano scambiabili astrattamente è necessario che gli oggetti vengano razionalizzati in termini di utilità. Se il principio dell’utilità e dello scambio coesistono nella merce è proprio perché, al contrario di quanto afferma Marx sulla non comparabilità dei valori d’uso, nell’utilità si ritrova la stessa logica dell’astrazione e dell’equivalenza che dà fondamento al valore di scambio. Così, quello del valore d’uso non è nient’altro che un sistema di significazione di cui il sistema del valore di scambio è parassita. Ciò vuol dire che in realtà il valore d’uso non è negato dal valore di scambio, ma ne rappresenta un sistema omologo e satellite: quell’orizzonte ideologico di senso simulato, di scopo mai realizzato, attraverso cui il valore di scambio può riprodursi.

L'astrazione del valore d'uso è legata in primo momento ad una necessità di razionalizzazione del sistema sociale nella sfera economica del capitale. In un secondo momento, paradossalmente, è lo stesso critica marxista del capitalismo ad affinare questo processo di razionalizzazione attraverso la naturalizzazione del valore d'uso e, inconsapevolmente con esso, del valore di scambio - laddove, in un primo momento, il feticismo della merce era stato localizzato<sup>30</sup>. Infatti, è la stessa forma strutturale del codice, non colta nell'analisi marxista del feticismo della merce, a coagularsi nuovamente nel valore d'uso e a dare vita a un ulteriore feticismo. Attraverso la forma-oggetto viene *ri-velata* la natura relazionale e sociale del valore d'uso: una condizione del tutto analoga a quella vista nel caso del feticcio sacro (capitolo 1), la cui materialità risulta essere complementare e complice di un primo momento di astrazione e feticizzazione del sociale nel discorso religioso; non a caso, è lo stesso Baudrillard a completare il ragionamento sul feticismo della forma merce (valore di scambio) mettendo in evidenza la componente feticistica della stessa forma oggetto (valore d'uso):

Se i bisogni fossero l'espressione concreta, singolare, del soggetto, sarebbe assurdo parlare di feticismo. Ma se i bisogni si ergono sempre più in un sistema astratto, regolato da un principio di equivalenza e di combinatoria generale, allora è certo che lo stesso feticismo che troviamo collegato al sistema del valore di scambio e della merce agisce in un sistema che è omologo all'altro e che l'esprime in tutta la sua profondità e perfezione. (Baudrillard 1972: 142)

Così come il valore di scambio esprimeva un rapporto sociale che faceva sì che individui e merce fossero intesi come valore di scambio, circondato da oggetti che servono il soggetto è soltanto il più riuscito degli oggetti funzionali. Quella che appare come una finalità concreta e fondamentale per la costituzione del soggetto di fronte l'astrazione dello scambio sociale non è nient'altro che frutto e completamento della stessa logica feticistica di quest'ultimo:

Il valore di scambio è la cancellazione del processo reale di lavoro, al livello della merce, per far sì che questa appaia come un valore autonomo. Il valore d'uso fa di più: dà alla merce, inumana nella sua astrazione, una finalità 'umana'. Nel valore di scambio scompare il lavoro sociale; nel sistema del valore d'uso, l'assorbimento che non lascia tracce di tutto il processo di lavoro ideologico e storico induce il soggetto a pensarsi come individuo, definito dai propri bisogni e dalle proprie soddisfazioni, e a integrarsi idealmente dentro la struttura della merce. (ivi: 145)

---

<sup>30</sup> Si veda il terzo capitolo.

Più in generale, è possibile affermare che:

La feticizzazione della merce coincide con quella del prodotto svuotato dalla sua sostanza concreta di lavoro e sottoposto a un altro genere di lavoro, un lavoro di significazione, cioè di astrazione codificata – produzione di differenze e di valori-segno [...] così, il feticismo attuale dell'oggetto si rivolge all'oggetto-segno, svuotato della sua sostanza e della sua storia, ridotto allo stato di un marchio di un differenza, e sintesi di tutto un sistema di differenze. (ivi: 86).

Il fine dell'omologia tra forma segno e forma merce è proprio quello di mettere in evidenza la logica relazionale e strutturale di quest'ultima piuttosto che criticarne l'essenza ideologica, sovrastrutturale. Ed è tale struttura relazionale, semiotica (forma segno) che viene razionalizzata attraverso il valore di scambio (forma merce) e lo stesso valore d'uso (forma oggetto).

Un ragionamento omologo è possibile nel caso di qualsiasi merce: lavoro compreso. Secondo Baudrillard, il fatto di definire la naturalità della forza-lavoro nel suo valore d'uso, come fonte della ricchezza sociale concreta, costituisce l'espressione più compiuta e interiorizzata del valore di scambio. Questa è la torsione attraverso cui il valore di scambio trae retrospettivamente origine dal valore d'uso - effetto dello stesso codice di scambio, affinché sia giustificata l'equivalenza tra tutti i lavori.

Dopo tutto non vi è nulla di unico, concreto e qualitativo nel valore d'uso del lavoro che significa la misurabilità di ogni pratica umana in termini di produzione e di utilità. Esso diventa scambiabile per il fatto che gli viene assegnato un valore umano. Dunque, non è la capitalizzazione del lavoro a produrre la riduzione del qualitativo concreto al quantitativo astratto, ma lo sdoppiamento del quantitativo nell'effetto qualitativo a universalizzare il lavoro: "Il concreto sembra opporsi all'astratto all'interno della forchetta, mentre in realtà è la stessa forchetta che fonda l'astrazione" (Baudrillard 1973: 28).

Con la generalizzazione dell'economia politica, portata avanti dallo stesso marxismo, è evidente che la sua origine non è laddove la coglie quest'ultimo, ovvero nello sfruttamento del forza-lavoro, ma nell'imposizione di una forma, di un codice generale di astrazione razionale, di cui la razionalizzazione capitalistica della forma-merce è solo un caso particolare, storico, "nell'ambito di un'impresa di razionalizzazione e di controllo sociale il cui sviluppo supera largamente questa fase" (ivi: 116).

Così come per il consumo, il senso della produzione non si può ricercare né in una finalità umana attraverso il valore d'uso della merce, né nella produzione di un plusvalore economico nel valore di scambio della stessa da parte del capitale. Il senso della produzione risiede nella pratica di socializzazione forzata che essa impone a tutti i livelli della società attraverso lo scambio di differenze e il conseguente rafforzarsi della propria struttura. Per questo motivo, il marxismo, attraverso le proprie lotte per le condizioni migliori dei lavoratori e delle lavoratrici, non ha saputo liberare il soggetto dalla determinazione del lavoro che lo iscrive come soggetto socializzato nello *specchio della produzione*.<sup>31</sup>

Tale ruolo/processo di socializzazione del lavoro sembra essere giunto a un compimento nella società contemporanea. Oggigiorno, non si producono più merci come valori d'uso, ma esclusivamente come segni al fine del loro scambio e della riproduzione della stessa produzione come codice. Lo stesso lavoro, come merce, si emancipa dal proprio valore d'uso, per assumere significato in relazione agli altri lavori nel sistema sociale. Esso non è più luogo di un prassi storica che, nella propria astrazione, determina particolari rapporti sociali, ma è già astratto al momento stesso della sua definizione, così come la merce che produce, o che produceva, e di cui condivide la stessa essenza segnica, relazionale.

Diventa indispensabile riprodurre il lavoro come morale e come consenso, come principio di realtà del codice, in un rituale dei segni del lavoro che si stende totalitariamente su tutta la società sino a risignificarla sotto il segno di questo codice. Ciò che viene chiesto non è di produrre, ma di socializzarsi mediante il segno della produzione, o di socializzarsi in generale: “l'assegnazione al lavoro, come abito generale d'una società che non sa più nemmeno se ha voglia di produrre o no” (ivi: 22).

Tuttavia, è necessario sottolineare come il lavoro è un segno non nel senso delle connotazioni di prestigio che si possono annettere a un determinato tipo di lavoro (così come ad un determinato tipo di merce); nello scenario attuale, il lavoro non dipende più da questo statuto funzionale e significativo del segno, ma da un sistema/codice di lavoro in cui i posti si scambiano: “indifferente paradigma che declina tutti gli individui sulla medesima radice, o sintagma, che li associa ad un modo combinatorio indefinito” (ivi: 25).

A partire da questa intuizione, ciò che Baudrillard registra è il passaggio dalla *legge mercantile* alla *legge strutturale del valore* (cfr. Saussure 1916). La legge mercantile del valore, che a differenza del senso comune, determinava anche il dominio semio-linguistico, è la legge delle equivalenze che permette all'interno

---

<sup>31</sup> Espressione che dà il titolo al libro di Baudrillard del 1973.

della forma-merce e della forma-segno, la riproduzione delle loro strutture (valore di scambio e sistema dei significanti) attraverso lo scambio regolato tra i rispettivi contenuti referenziali (valori d'uso e significati). Ed è proprio in base a questa referenzialità che le istanze di produzione e linguaggio, seppur omologhe, rimangono sostanzialmente separate tra loro.

Oggi, la rivoluzione strutturale causa la perdita di questi referenziali discriminanti e la conseguente indeterminazione di tutte le forme tra di loro: compimento totale della omologia come accelerazione del principio di scambio e del processo di riproduzione sociale.

#### 4.3. La struttura del consumo

La progressiva astrazione e indipendenza di merce (valore di scambio) e segno (sistema di significanti) dai propri contenuti-referenti contribuisce ad un raggiungimento dell'omologia tra queste due forme. Ricostruire tale percorso, rintracciandone le molteplici deviazioni, è necessario ai fini della nostra ricerca.

Sinora ci siamo mossi da una critica della produzione al fine di dimostrare l'egemonia del principio dello scambio merce o segno che sia. Nella sua ricostruzione argomentativa, Baudrillard, dal dominio/momento della produzione di segni sposta l'attenzione a quel dominio/momento solitamente relegato all'ultimo stadio del ciclo di riproduzione sociale: il consumo.

Così come visto in precedenza con il lavoro di Miller, anche nella prospettiva marxista, il consumo diviene un momento fondamentale di attualizzazione del valore dell'oggetto, della cosa, del feticcio. Tuttavia, a differenza di Miller, per Baudrillard, il consumo non è riducibile a momento di sintesi con l'oggetto del lavoro alienato e di ritorno al soggetto, né, come in altre prospettive neomarxiste più pessimiste, a momento di ulteriore alienazione e spinta al ciclo di produzione capitalista.

Per svolgere entrambe queste funzioni, l'oggetto si caricherebbe di un *valore segno* positivo, ideologico, a sostegno del valore di scambio e del suo stesso consumo – si tratta di tutti quei valori e ideali, quali il lusso, il prestigio, la felicità, ecc. che solitamente vengono attribuiti alle merci caratterizzandone il discorso e stimolandone il consumo. In altre parole, la merce si caricherebbe di una forza trascendente e per certi versi magica, una sorta di *mana*, che si cristallizza nell'oggetto e lo rende feticcio. Così il feticismo della merce si collegherebbe all'idea di una falsa coscienza, di un valore o significato ingannevole della merce.

Baudrillard si concentra sì sul valore segno della merce, ma non in quanto valore positivo attribuito a posteriori, ma in quanto valore differenziale, codificato in una struttura o forma semiotica (forma segno), già insito nella merce in quanto essa stessa forma omologa a quella del segno. L'omologia permette di emancipare la sfera dei consumi, il valore segno, e lo stesso feticismo dal ruolo sovrastrutturale riservatole dalla critica marxiana, e di coglierne la portata direttamente strutturale in quella che Baudrillard definisce società dei consumi.

Già nei primi suoi lavori (1968; 1970), Baudrillard rileva l'importanza del momento del consumo e del valore segno rispetto alla marginalità riservatagli dalla critica marxista. Nel caso di Roland Barthes (1957; 1964; 1967), seppur la semiotica si rivela strumento fondamentale nell'analisi della riproduzione capitalistica e del consumo, il discorso ideologico della pubblicità è pura funzione mercificante a sostegno dei rapporti di produzione, invece che logica del segno eccedente la stessa economia politica. Il valore segno rimane sempre a sostegno del valore di scambio.

Le posizioni della scuola di Francoforte si allineano su questa dipendenza dalla struttura di produzione - un paradigma nel quale il livello d'astrazione non è mai così radicale da superare la merce stessa, forma che al contrario diventa logica di tutti gli apparati sovrastrutturali. In particolare, Theodor Adorno e Mark Horkheimer (1944) a più riprese descrivono il processo ideologico attraverso cui la cultura viene ridotta alla forma merce, dietro la quale sta un apparato di produzione: l'industria culturale.

Guy Debord (1967) sembra voler andare oltre, proclamando la nascita della società dello spettacolo sulle ceneri della società della merce. Il superamento è registrato in un'organizzazione della società ad un livello di astrazione più elevato. Eppure, l'egemonia dell'apparenza, dell'immagine in quanto valore-segno astratto, viene interpretata come la più alta forma di mercificazione. Secondo Debord, in una prima fase storica del capitalismo, la moneta dominava la società come rappresentante di un'equivalenza generale, acconsentendo lo scambio di valori d'uso incompatibili; nel tardo capitalismo, l'egemonia della moneta è indiretta, mediata attraverso la produzione di immagini, che facilitano un'equivalenza generale e amplificata: "lo spettacolo è il complemento moderno e avanzato della moneta, dove la totalità della merce appare come un tutto" (Debord 1967: 49).

Così l'immagine non si emancipa dal proprio statuto di merce e dal meccanismo della produzione - semplicemente ne esemplifica e accelera il principio di equivalenza che è alla base del valore di scambio. Nel commento di Best (1994: 49), "laddove le differenze qualitative erano precedentemente cancellate nella

produzione in serie di oggetti, ora essi evaporano nella stratosfera di immagini e segni”.

Deviando da tale percorso, Baudrillard radicalizza gli effetti di questo processo di astrazione della merce e del denaro, sino a ipotizzare lo stesso superamento della forma merce (equivalenza) nella forma segno (differenza). Partendo proprio dal denaro –merce per eccellenza - Baudrillard (1972) osserva come questo diventi *segno* della supremazia della logica dello scambio sociale sulla morale del lavoro e del bisogno; lo stesso Best (1994: 43) commenta così,

Il valore di scambio assume priorità sul valore d’uso. Se un tempo lo scopo della produzione era la semplice soddisfazione dei bisogni, e la moneta era un elemento di mediazione, ora la realizzazione del plusvalore (profitto) è l’obiettivo del sistema, e le merci sono mere figure di mediazione nella valorizzazione della moneta, non più legata a queste se non in modo accidentale.

In lavori successivi, Baudrillard (1990) prende in considerazione le ulteriori evoluzioni di questo processo focalizzandosi ancora una volta sul denaro, e sottolineando come oggi, nel capitalismo finanziario, questo si riproduca arbitrariamente e autonomamente a partire da se stesso. Il profitto deriva da una manipolazione del denaro come *segno* puro che ha reciso qualsiasi legame di equivalenza e di (valore di) scambio con la stessa merce. Così, piuttosto che di fronte ad una supremazia e priorità del valore di scambio sul valore d’uso, siamo di fronte ad una totale autonomia del *significante* moneta che, emancipato dal ruolo di formazione e mediazione tra le merci, fluttua libero da ogni *significato*.

Secondo Best (1994), è in questo momento storico che la forma segno compare a coronamento del meccanismo di astrazione capitalista: una volta che la circolazione del capitale è stata astratta da bisogni e produzione, una volta che si estende oltre le fabbriche per penetrare la totalità delle relazioni culturali e interpersonali, il referente non può più essere la merce, ma la “fantasia della merce” (ivi: 45).

Eppure, a mio parere, la stessa posizione di Best non coglie la radicalità della riflessione di Baudrillard, e rischia di ricadere nel principio dell’economia politica della tradizione marxista. Per Baudrillard, la vera economia politica è quella del segno, una logica che si instaura nelle fondamenta del sistema del capitale, già a livello della merce e oltre questa. La genealogia e l’egemonia del valore-segno, seppur manifesta alla luce degli sviluppi del sistema della merce e del denaro, è da rintracciare al di là e prima del capitale stesso.



La critica che Baudrillard muove al (neo)marxismo è quella di aver individuato la comparsa del valore segno della merce esclusivamente in funzione del capitalismo, proiettando il dominio semio-linguistico e del consumo nella sfera satellite dell'ideologia. Il ruolo del valore-segno nella logica del sistema non è quello di un eterno ritorno alla forma merce e di spinta alla produzione. Al contrario, ad un livello di analisi e sistemico più profondo<sup>32</sup>, è la forma merce un momento stesso di sviluppo della forma segno tradotto nel dominio dell'economia. È di fatto lo stesso principio di astrazione in una struttura di valori differenziali, specifico sia della forma segno che della forma merce, a strutturare da sempre il sociale secondo un sistema di differenze, che si riproducono nella logica e nella pratica dello scambio e dello stesso consumo.

Il valore segno della merce così come concepito dal marxismo, ovvero esclusivamente come significato ideologico a sostegno e alibi del valore di scambio, diventa esso stesso elemento di un'interpretazione ideologica che mistifica la natura strutturale del processo di significazione, il quale sottende già la forma merce, e la stessa società in quanto sistema di differenze.

Piuttosto che vedere come il valore segno abbia favorito e razionalizzato il meccanismo del valore di scambio, Baudrillard mette in evidenza come l'omologia vada (vista) nel senso opposto, ovvero come sia la forma merce a dover essere interpretata in quanto razionalizzazione della forma segno attraverso l'imposizione di un parametro per lo scambio e il consumo generalizzato di equivalenze/differenze. La constatazione del ruolo *strutturale* del consumo nella nostra società contemporanea è ciò che favorisce questa lettura in chiave omologica:

La circolazione, l'acquisto, la vendita, l'appropriazione dei beni e degli oggetti-segni differenziati costituiscono oggi il nostro linguaggio, il nostro codice, per cui l'intera società comunica e si parla. Questa è la struttura del consumo, la sua lingua rispetto alla quale i bisogni e i godimenti individuali non sono che effetti di parola. (Baudrillard 1970: 79)

È da questo punto che cogliamo la logica del consumo e del sistema secondo Baudrillard, ovvero attraverso la critica al concetto di bisogno individuale, dietro la quale si nasconde lo schema di riproduzione delle differenze sociali:

---

<sup>32</sup> Baudrillard (1990: 11-12) costruisce un parallelo tra la genealogia dei valori e quella delle particelle in fisica. Non vi è uno sviluppo storico che rimpiazza continuamente uno statuto del valore con quello successivo. Si tratta semplicemente della stessa particella colta di volta in volta ad un livello più profondo nella struttura.

Questo si può spiegare solo se si abbandona radicalmente la logica individuale della soddisfazione per concedere alla logica sociale della differenziazione la sua importanza decisiva, e se si distingue, inoltre, questa logica della differenziazione dalle semplici determinazioni coscienti di prestigio; infatti queste sono ancora delle soddisfazioni, il consumo di differenze positive, mentre il segno è sempre sia positivo sia negativo - è appunto ciò a far sì che esso rinvii indefinitivamente ad altri segni, e rinvii il consumatore ad una definitiva insoddisfazione. (ivi: 55)

Se già per Rossi-Landi (e Marx prima di lui) è la produzione a creare il bisogno da soddisfare attraverso l'oggetto prodotto, per Baudrillard la produzione nega la soddisfazione - quale ne sarebbe altrimenti il vantaggio ai fini di una riproducibilità del ciclo? - e la sostituisce con un ulteriore sistema di forze riproduttive: il sistema dei bisogni (cfr. Baudrillard 1970; 1972). La riduzione allo schema soggetto-oggetto porterebbe ad una rapida soddisfazione del bisogno (materiale e sociale) segnando la progressiva decelerazione e fine del meccanismo. Una logica sociale della differenziazione è invece ciò che continua a tenere in moto il meccanismo.

Non vi è bisogno di uno specifico oggetto per soddisfare una necessità individuale e naturale; e non è neppure vero che sono i singoli valori-segno attribuiti agli oggetti a suscitare il bisogno da parte del consumatore. In altre parole non è l'inversione del rapporto di causalità tra oggetto e bisogno ad essere la rivoluzione copernicana nella sociologia dei consumi, in una prospettiva che interpreta il valore-segno come sostegno del valore d'uso dell'oggetto, o come sostituto ideologico della naturalità di quest'ultimo.

Ciò che viene messa in discussione è una retorica del singolo soggetto in rapporto al singolo oggetto, valore d'uso o segno che sia. Siamo di fronte ad una logica di sistema di oggetti e sistema di bisogni: "quel che è vero non è che i bisogni sono frutto della produzione, ma che il sistema dei bisogni è il prodotto del sistema di produzione" (ivi: 71). Dunque, secondo Baudrillard bisogna passare da un'antropologia del bisogno individuale, democratica e universale, alimentata dalla retorica dell'economia (anche dalla sua stessa critica marxista) ad una sociologia delle differenze, del valore-segno. Essa è una sociologia, ma anche una semiotica:

In funzione della quale tutti i bisogni si organizzano secondo una domanda sociale oggettiva dei segni e delle differenziazioni e che fonda il consumo non più come una funzione di soddisfazione individuale armoniosa (dunque limitabile secondo delle norme ideali di natura), ma come un'attività sociale illimitata. (ibid.).

L'inadeguatezza della prospettiva razionalista e empirista dell'*homo oeconomicus* di fronte alla logica semiotica e relazionale dei bisogni, secondo Baudrillard, è metaforicamente paragonabile a quella della medicina tradizionale di fronte ai sintomi isterici o psicosomatici. Al di là del valore d'uso, ogni oggetto si può sostituire ad un altro proprio in quanto segno all'interno del codice sociale della differenziazione, immutabile nella sua perpetua mutabilità. Così, una volta che il bisogno di status si cristallizza in un oggetto, tale bisogno si sposta su una classe superiore di oggetti-segno, senza essere mai soddisfatto. Se il male fosse organico, ci sarebbe una relazione necessaria del sintomo con l'organo (come tra oggetto e valore d'uso). Ma il consumo è pura isteria, dal momento che il sintomo, così come il segno, è arbitrario.

Bisogni e sintomi non sono più indici che perdono la loro valenza rappresentativa in mancanza dell'oggetto a cui si riferiscono. È l'oggetto che nella sua materialità non significa più niente, una volta che il bisogno (o il sintomo), soddisfatto (o guarito), come il segno, si sposta ad illuminare un altro prodotto. Paradossalmente ci troviamo di fronte ad un'evanescenza strutturale che rende impossibile definire una specificità oggettiva del bisogno. La sua specificità è del tutto semiotica. Dietro l'apparente trionfalismo degli oggetti si nasconde la sconfitta sociale di chi accumula e possiede questi oggetti, senza goderne del significato, del valore differenziale. Essi sono segni di ciò che Bourdieu e Passeron (1970: 176) definiscono "retorica della disperazione".

A tal proposito, è interessante mettere in evidenza la ridondanza che caratterizza gli ambienti domestici borghesi. La presenza di portavasi, doppie tende, tovaglie di plastica che ricoprono altre tovaglie, il centrino sotto ogni soprammobile, il paralume, la staccionata a rimarcare la siepe, è segno di una compulsione ansiosa di sequestro, di delimitare e allo stesso tempo segnalare (anche a se stessi) la proprietà dei beni. Da questo aspetto possiamo trarne diverse conclusioni. In primis, la logica dimostrativa conferma che la determinazione dello stile è sempre relativa al gruppo sociale, e mai del tutto privata - ha sempre una funzione di scambio di differenze (e mai di significati propri). Inoltre, il carattere ansioso di questo possesso sottolinea, da un lato, la distanza per eccesso dalle classi inferiori; allo stesso tempo, per difetto, si distingue dalle classi superiori, per l'implicita coscienza che quanto potrà ottenere è già tutto là, e al limite rimarcabile una serie di volte. Un rimarcare e un riempire che testimonia l'impossibilità dell'andare oltre il proprio spazio e ruolo sociale. Ecco perché la casa borghese spesso, proporzionalmente alla limitatezza di spazi, si accumula di oggetti.

Oggi giorno, lo stile è necessariamente cambiato: spesso si gioca sulla minore differenza, sull'opposto dell'ostentazione, addirittura sulla mancanza dell'oggetto. Nel design d'interni odierno, si è sempre più alla ricerca di una razionalizzazione, di un'estetica funzionale: la verità dell'oggetto, lontana dall'eccesso barocco e borghese, promuove forme essenziali e funzionali. In questo passaggio da un modello all'altro, ciò che si conferma è proprio una continua logica di distinzione: "L'innovazione formale nel campo degli oggetti non ha come scopo un mondo di oggetti ideali, ma un ideale sociale proprio delle classi privilegiate" (Baudrillard 1970: 31) e della loro capacità di istituire codici di significazioni e manipolazione del valore degli oggetti. Così, gli oggetti di design sono realizzati, "per non essere compresi dalla maggioranza, o almeno non immediatamente. La loro funzione sociale è anzitutto di essere segni di distinzione, oggetti che distingueranno coloro che sanno distinguerli. Gli altri non li vedranno neanche" (Baudrillard 1972: 32-33)..

La priorità di questa funzione di discriminazione sociale sulla funzione estetica, pratica e simbolica si esplica in generale attraverso il meccanismo della moda. In ogni momento, possono essere riprese le forme più aberranti e convivere tra loro forme opposte, con il solo scopo di provvedere un materiale sempre nuovo di segni distintivi. Così come il muro nudo e grezzo può significare sia la miseria estrema che il lusso brutalista, un pantalone e una minigonna possono essere allo stesso tempo significanti della medesima liberazione femminile. In altre parole, ciò che si pone come universale, per bellezza realizzata o per verità assoluta, ha in fondo una essenza effimera e relativa: quella della sua posizione nel sistema sociale dei segni. L'unica costante è dunque quella della *moda*, cioè del continuo ricambio del materiale segnico a livello strutturale, o del *modello*, cioè del codice che sostiene i valori relativi, differenziali. Un valore positivo o assoluto associato ad un oggetto-segno porrebbe fine alla moda e al meccanismo di riproduzione sociale delle differenze.

È bene precisare che questa essenza della moda, rintracciabile nella sua continua spinta al cambiamento e alla trasformazione, non ha nulla a che fare con l'usura dell'oggetto non più capace di svolgere la propria funzione pratica<sup>33</sup>. La

---

<sup>33</sup> A tale proposito è interessante abbozzare un parallelo, già implicito nella radice etimologica comune, tra il meccanismo della moda e la temporalità moderna (cfr. capitolo 2). In entrambi i casi, la ricerca di novità costituisce la spinta propulsiva e diacronica dietro alla quale si cela una struttura di differenze sincroniche. Difatti, sia la modernità che la moda – quest'ultima in maniera più esplicita – non negano la possibilità di una permanenza dell'usurato, o addirittura di un ritorno del vecchio, capace di dare vita a un bricolage di elementi di epoche diverse, così come avviene nel caso di fenomeni di moda quali il *revival* e il *vintage* – che di fatto segnano il compimento e la crisi dell'ideologia moderna.

funzione dell'oggetto non è materiale, ma propriamente sociale; essa dunque si esercita attraverso il continuo cambiamento nella speranza di un'effettiva mobilità e di una continua spinta alla distinzione. Così, una determinata classe non si caratterizza mai in modo stabile per una certa categoria di oggetti, ma tutte le classi si caratterizzano per il cambiamento e per la necessità della moda: una necessità in linea con il sistema di differenziazione nel suo complesso, e non inerente alla specifica classe in sé.

Non è un caso che gli oggetti-segno, paradossalmente, portano ad un esito opposto a quello sperato. Essi sono più che altro segno di un bilancio, che arriva a compimento del proprio destino sociale: come diplomi e onorificenze incorniciate e appese al muro, non possono essere segno di alcuna mobilità, "non è mai attraverso gli oggetti che l'uomo sociale è mobile, si realizza. Egli si ripiega su di essi, e spesso gli oggetti tradiscono tutt'al più le aspirazioni sociali non realizzate [...] si cambia l'automobile, non potendo cambiare casa." (Baudrillard 1970: 35). L'illusione di mobilità e di democrazia vengono alimentate dalla moda, che come una lingua, parla di tutti per rimettere ciascuno a suo posto: "Il sistema industriale, avendo socializzato le masse come forza-lavoro, doveva andare più lontano per realizzarsi e socializzarle come (cioè controllarle) come forza consumo" (ivi: 104).

Il consumo dunque diventa prassi sociale strutturata e strutturale - un mezzo non di alienazione ma di socializzazione, capace di esaltare l'aspetto relazionale e semiotico della forma merce e di sganciare questa stessa forma dal ruolo di satellite ideologico del valore d'uso: "I beni costituiscono un sistema globale, arbitrario, coerente di segni, un sistema culturale che viene a sostituire un ordine sociale di valori e di sistemazione al mondo contingente dei bisogni e dei godimenti e all'ordine naturale e biologico" (ivi: 100-101).

Cercando di ricontestualizzare queste riflessioni all'interno del ragionamento sull'omologia tra forma merce e forma segno, è utile ribadire che non ci troviamo di fronte a un superamento della forma merce nella forma segno, ma di fronte ad un completamento della loro omologia. La perdita di valore del referente materiale non implica di fatti che la cosa materiale (la merce) sia sostituita dal segno o dalla fantasia di se stessa, ma semplicemente che cosa e segno coincidano; come afferma Baudrillard (1972: 156): "Oggi il consumo - se questo termine ha un senso diverso da quello che gli dà l'economia volgare - definisce precisamente lo stadio in cui la merce è immediatamente prodotta come segno, come valore/segno, e i segni come merce".

Se l'omologia si esplica e sembra essere raggiunta solo nel momento in cui Baudrillard mette direttamente a confronto forma segno e forma merce (1972), questa tesi è portata avanti dall'autore sin dal suo primo libro: *Il sistema degli oggetti* (1968) – a cui si è già fatto riferimento in alcuni passaggi. Non a caso, riferimento chiave dell'analisi di Baudrillard in questo testo è il lavoro di Roland Barthes (1967) incentrato sui sistemi di significazione ideologica dei fenomeni culturali e del consumo, con il quale abbiamo aperto questa riflessione sul valore-segno e sullo stesso consumo.<sup>34</sup>

Barthes distingue tra sistemi di oggetti culturali e sistemi di comunicazione ideologica che manipolano attraverso il discorso il significato dell'uso degli stessi oggetti. In questo modo, l'autore pone una netta separazione tra la cultura materiale e i modi di comunicazione ideologica usati per manipolare le scelte dei consumatori, quali la pubblicità. In chiara prospettiva marxiana o marxista, secondo Barthes, è la manipolazione del discorso pubblicitario a permeare il sistema culturale e a mercificarlo.

Seppure incentrato sullo stesso tema trattato da Barthes, la prospettiva di Baudrillard sul sistema degli oggetti non si pone in stretta osservanza dell'ortodossia marxista, ma ha già in germe tutta la linea teorica che legge il sociale in funzione di un sistema di differenze segniche e non come riflesso dei rapporti di produzione materiale. Baudrillard avanza l'impossibilità di una scissione tra sistema materiale e sistema di significazione ideologica, e concepisce l'oggetto culturale (e materiale) direttamente come segno senza alcuna mediazione ideologica a posteriori, sovrastrutturale.

Nella prospettiva di Baudrillard, l'annullamento dello scarto del segno rispetto all'oggetto materiale si riflette e radicalizza al livello del segno stesso, nell'annullamento del rapporto semiotico di tradizione saussuriana tra significante e significato. È proprio su questo punto che l'omologia con la forma merce è necessaria a fare chiarezza sulla portata strutturale del valore segno e del consumo. Così come il valore d'uso è rimpiazzato dal valore di scambio al fine di espandere la struttura del capitale, nei termini di Baudrillard, il significato è surclassato dalla logica dei significanti, al fine di riprodurre la società dei consumi.

In particolare, ne *Il sistema degli oggetti*, Baudrillard descrive e interpreta la configurazione dell'arredamento e la logica del design di interni della casa contemporanea. Il confronto è con la casa tradizionale e moderna, che si caratterizza per l'ideologia borghese, dove gli oggetti antichi sono segno di una

---

<sup>34</sup> Un altro prezioso riferimento per l'analisi di Baudrillard è il lavoro di Lefebvre (1977).

storia di successo, del prestigio sociale raggiunto, del profitto accumulato nel tempo dalla famiglia.

Baudrillard nota che nella casa contemporanea gli oggetti sono sgravati da questo significato, e declinati a secondo della loro funzionalità. Si tratta di una funzionalità che non è sinonimo di valore d'uso dell'oggetto, ma di una funzionalità operativa, che rimanda al sistema stesso degli oggetti nel loro complesso. Ogni stanza è identificata come unità separata, secondo una logica di "set", i cui elementi trovano solo ingannevolmente un alibi di referenzialità nella loro funzioni più strettamente pratiche. Il design si struttura secondo relazioni metonimiche che rimandano sempre al proprio set, senza tradire alcun tipo di trascendenza metaforica tipica della casa tradizionale. Così l'oggetto passa dall'assumere un significato a livello profondo ad una codificazione autoreferenziale basata esclusivamente sulla logica dei significanti.

Questo cambiamento è esemplificato dalla scomparsa degli specchi e dell'orologio. La casa, un tempo focalizzata verso il centro dagli specchi, perde ora la propria anima unitaria nella separazione di ogni stanza: il proprio cuore pulsante al rintocco dell'orologio, il proprio significato metaforico profondo. L'oggetto antico, l'orologio di famiglia, significava il passaggio del tempo, il valore di una storia dal valore positivista, di una scalata sociale avvenuta con successo.

Nella casa contemporanea, invece, l'oggetto antico non significa il tempo reale, o per lo meno, quello storicizzato in chiave moderna, ma il tempo della moda e del design, ovvero quello del sistema di assemblaggio e bricolage tra oggetti differenti e differenziali<sup>35</sup>. Qualsiasi trascendenza è abolita, sostituita da un valore strettamente operativo, *freddo*, in quanto significato dalla mancanza di una reale fonte di valore e di calore. È questa per esempio la logica di significazione dei colori nel design di interni: una logica di differenze interne al sistema stesso, una catena di significazione costruita sulla superficie dei significanti.

Dunque, il punto cruciale di Baudrillard è che non il prodotto in sé, né il suo significato, ma gli stessi significanti sono diventati oggetti di consumo: elementi che traggono il loro fascino dall'essere strutturati in *serie*, secondo un codice che ne stabilisce differenze e rimandi reciproci. In termini più propriamente semiotici,

---

<sup>35</sup> A tale proposito, Roberta Sassatelli, nell'introduzione a *La società dei consumi* (1970: ix), mette in evidenza che il valore di un vecchio grammofono eccede la sua funzionalità. Tuttavia, il suo significato di antico prestigio è colto solo in relazione agli altri oggetti della casa, sempre più nuovi e funzionali: "I beni possono comunicare i propri significati solo se sorretti da altri beni, mentre isolati dagli altri restano per lo più muti" - proprio come il vecchio grammofono non più funzionante. Quest'esempio del grammofono è alquanto suggestivo e apre ad una riflessione sull'archeologia dei media che condurremo più avanti.

non è il prodotto e né il suo singolo significato ad essere feticizzato e consumato ma la relazione che intercorre tra questi. È in questo senso che il valore dell'oggetto si costituisce a partire dal codice di correlazione, che a sua volta, non può essere decifrato esclusivamente secondo le logiche del capitale, ma secondo una semiotica.



## 5. Passioni in serie

La ricostruzione del rapporto tra forma-merce e forma-segno nel processo di riproduzione del sociale ci permette di emancipare il ruolo del feticismo legato a queste stesse forme dalla subordinazione al modo di produzione capitalistica, e di coglierne il carattere strutturale<sup>36</sup>.

In Marx è l'oggetto singolo a caricarsi di questo valore di fascinazione. Nella concezione marxiana, il prodotto, astratto dal lavoro concreto, acquisisce agli occhi del consumatore una forza magica (*mana*), un valore apparentemente intrinseco ma in realtà ideologico, che si sostituisce al suo valore d'uso *naturale*. Tuttavia, è lo stesso Marx a collegare il feticismo ad una forma (quella della merce) e a suggerirne una dimensione relazionale: la merce feticizzata non esercita il proprio fascino semplicemente in quanto cristallizzazione di un lavoro e di una coscienza *individuale* alienata nella stessa merce, ma perché la sua relazione di equivalenza con le altre merci, a livello ideologico dello scambio, è proiezione nonché mistificazione dei *rapporti di produzione* tra soggetti, a livello della struttura.

Baudrillard va oltre e legge il feticismo come fascinazione di un soggetto verso il carattere codificato, sistematico dell'oggetto-merce-segno, attraverso cui l'attore sociale può riconoscere il proprio ruolo sociale, differenziandosi e al contempo marcando l'appartenenza a un determinato gruppo sociale. Così relazioni tra oggetti-segni riproducono *rapporti di scambio* tra persone, sullo stesso piano strutturale: "È questa l'articolazione fondamentale del processo ideologico: non nella proiezione di una coscienza alienata nelle sovrastrutture, ma nella generalizzazione, a tutti i livelli, di un codice strutturale" (Baudrillard 1972: 89). A tale proposito, Baudrillard offre un interessante sguardo sulla costruzione delle relazioni sociali attorno allo scambio e alla condivisione di elementi seriali feticizzati.

### 5.1. Le serie firmate

Tornando alle pagine di *Per una critica della economia politica del segno* (1972), Baudrillard porta avanti una riflessione sul dispositivo della firma come *segno* dell'autorialità e al contempo della sua sparizione. Tale analisi ci è utile ora<sup>37</sup>

---

<sup>36</sup> Struttura sia nel senso di sistema di differenze, sia come piano di strutturazione del sociale proprio in quanto sistema di differenze.

<sup>37</sup> Ma funge da riferimento anche per l'analisi del #foodart (cfr. 8.1.).

per comprendere il passaggio dalla produzione, intesa come categoria e attività del soggetto, alla logica impersonale della riproduzione e dello scambio.

Se da un lato la firma si presenta come un segno grafico, al pari degli altri tratti che costituiscono la tela, d'altra parte, essa si astrae dallo spazio della rappresentazione e assume una funzione *presentativa* della stessa rappresentazione, divenendo segno del dispositivo pittorico (cfr. Marin 1994).

Difatti, la firma è una marca dell'enunciazione, che si manifesta all'interno della cosiddetta "enunciazione enunciata" (Greimas 1972: 143). Tra le figure dell'enunciazione, la firma assume un valore particolare, in quanto il proprio rimando non è genericamente all'istanza di enunciazione, ma ad un preciso soggetto del discorso: l'autore. La firma ha così il compito di proiettare ed evidenziare l'istanza dell'autore all'interno del testo, marcandone l'essenza simulacrale, e sostanzialmente l'assenza (cfr. Greimas 1972; Bertrand 2000).

Sul carattere simulacrale dell'enunciazione si è detto molto. Bertrand (2000: 58) parla di "impersonale dell'enunciazione" proprio a sottolineare che l'enunciazione del singolo parlante non può prescindere dall'immenso archivio delle enunciazioni che l'hanno preceduta e che, rappresentando un universo di senso consolidato e condiviso, la rendono possibile.

A sostegno della propria tesi, Bertrand riprende la nozione hjelmsleviana di *uso*, capace di riconoscere l'importanza della prassi sociale del linguaggio nel determinare la concatenazione tra *langue* e *parole* (ibid.). La categoria di *uso* fa riferimento alle pratiche linguistiche socializzate che si sono sedimentate attraverso le abitudini di una comunità linguistica e che pongono dei limiti alla libertà del singolo atto di *parole*: "La *parole*, idealmente libera [...] si coagula e si rapprende nell'uso, originando, per ridondanze e amalgami successivi, configurazioni discorsive e stereotipi lessicali che possono essere interpretate come altrettante forme di socializzazione del linguaggio" (Greimas 1976: 45). Nel caso di oggetti materiali, Fontanille (2002) usa invece l'espressione "prassi enunciativa": un'istruzione che regola l'utilizzo di uno specifico oggetto, spesso inscritta nello stesso.

La firma rappresenta proprio questo tipo di prassi, quell'elemento convenzionale fissato nel testo/oggetto artistico e *utilizzato* per significare l'autorialità del prodotto e conseguentemente il proprio statuto di opera d'arte. Dunque, l'enunciazione soggettiva e artistica non si presenta e legittima più attraverso il rimando al gesto materiale dell'autore, ma piuttosto mediante la ripetizione di un gesto ormai codificato e iscritto nel testo: la firma. Un ritorno integrale al soggetto fisico dell'enunciazione sarebbe impossibile senza far cadere

l'impianto simbolico e discorsivo nel quale autore e opera si determinano reciprocamente come valori (cfr. Bertrand 2000: 62). In altre parole, è la stessa firma, come simbolo di autorialità e artisticità del prodotto, a sancire la progressiva autonomia dell'opera dall'autore empirico.

Baudrillard giunge a conclusioni analoghe a seguito di una breve rassegna sullo statuto dell'opera nella storia dell'arte, che ricalca le posizioni strutturaliste riportate sinora, ma che potremmo riassumere anche attraverso alcune categorie della semiotica interpretativa di Peirce (1931-1935).

L'autore francese mette in evidenza come nell'epoca della riproducibilità tecnica dell'opera d'arte<sup>38</sup> la firma diventa un segno necessario a difendere l'autenticità e l'originalità dell'opera stessa dalla minaccia della propria copia. In questa epoca, il valore dell'opera non sta più nel contenuto rappresentato, e dunque nel rapporto *iconico* (imitazione) con un soggetto trascendente da rappresentare – contenuto suscettibile di essere riprodotto nelle opere di altri autori senza che queste copie perdano il proprio valore.

Apparentemente, ciò che viene valorizzato nell'arte contemporanea è il gesto artistico immanente all'opera, ovvero la contiguità fisica dell'opera con il proprio autore, espresso dalla firma come *indice* (produzione). Tuttavia, il marchiare questo rapporto attraverso la firma cambia lo statuto di quest'ultima: da indice, la firma si presenta come elemento codificato, simulacro dell'artista, in altre parole come *simbolo* dell'autorialità in un discorso convenzionale della/sull'arte (riproduzione). La firma, come segno differenziale diventa dispositivo metonimico della riduzione dell'intera gestualità artistica (opera e autore) a *differenza*, della sua frammentazione in una *serie* di elementi oggettivati sulla tela.

Così, il gesto artistico si significa attraverso la firma come segno della propria assenza, ed è dunque costretto a comprovarsi nella ripetizione per poter essere riconoscibile e per consolidarsi come valore. È questo meccanismo che dà vita alle cosiddette "serie firmate": "La soggettività vi trionfa nella ripetizione meccanica di se stessa [...] Ciò che si compie è un'operazione che rende discontinuo il soggetto e lo ricostituisce gesto dopo gesto, e del quale la firma è l'indice codificato sul terreno socio culturale. (Baudrillard 1972: 107)

A partire da queste serie firmate, da queste catene di oggetti-segni che si significano reciprocamente, si sviluppa quello che vogliamo definire come *feticismo della serie*: quella fascinazione verso il carattere sistemico e seriale dell'opera, della merce, del segno, che in quanto parte di un tutto è capace di concentrare su di sé il valore dello stesso tutto che la definisce in quanto sua parte.

---

<sup>38</sup> Il riferimento è esplicitamente a Walter Benjamin (1936).

In altre parole, si tratta di riscoprire nel singolo elemento di una serie l'interezza di tutta la serie, di tutto un codice che regola lo scambio tra i vari elementi, e che definisce questi elementi proprio in funzione dello scambio.

In particolare, il valore feticizzato dell'opera firmata non è un riflesso della produzione artistica, ma riflesso di un determinato codice sociale - cristallizzato nel dispositivo della firma - che definisce l'opera in quanto arte, o più in generale in quanto elemento socio-culturale. Così, integrando strumentalmente nel proprio principio sociale l'istanza soggettiva e autoriale della produzione artistica, la riproduzione seriale diviene la logica di valorizzazione e feticizzazione dei propri elementi.

## 5.2. Condivisione ed esclusività

A questo punto, è necessario vedere come ciascun codice non regoli solo lo scambio tra gli elementi di una stessa serie, ma anche lo scambio sociale tra i loro consumatori. A tale proposito, rimanendo sempre nel discorso artistico, Baudrillard (1972) focalizza la sua attenzione sul processo di *dépense*. Durante le aste di opere d'arte, i partecipanti speculano sul valore di queste stesse opere bruciando grandi quantità di denaro fino a farne esplodere il valore di scambio economico. In questo modo, il valore dell'opera non è più (non lo è in effetti mai stato) un riflesso feticizzato di relazioni di produzione soggiacenti (valore di scambio economico), ma diviene valore differenziale in relazione a un codice del tutto arbitrario: una manipolazione del valore che prende luogo nello stesso momento dello scambio dell'oggetto (valore di scambio-segno).

Alla concorrenza economica tra individui sulla base di un'eguaglianza formale si sostituisce una comunità di scambio tra pari sulla base di una differenza. In questa performance, non è importante vincere l'asta, ma essere parte di quel circolo esclusivo di giocatori che condividono il codice e mettono in atto la manipolazione del valore. L'opera d'arte diventa un oggetto feticcio proprio perché, nel suo valore differenziale, riflette e afferma il valore differenziale, il ruolo prestigioso dei partecipanti che condividono il codice di valorizzazione della stessa opera. Nella spirale riflessiva del meccanismo di valorizzazione, l'opera d'arte aumenta ulteriormente il proprio valore in base al suo *pedigree*, ovvero in relazione alla sua circolazione tra gli attori della cerchia aristocratica.

In altre parole, soggetto (consumatore e al contempo produttore di valore) e oggetto si strutturano reciprocamente in termini di ruoli socializzati e differenze codificate, in cerchie esclusive e serie autonome. Il consumo è feticizzato proprio

perché nel singolo elemento si riflette la totalità della serie e reciprocamente l'appartenenza del consumatore ad una determinata cerchia. Così, la *dépense* non è finalizzata a soddisfare l'esigenza di esprimere la propria individualità, la propria soggettività attraverso il possesso esclusivo dell'opera, ma risponde a un bisogno di conformità e *confortabilità* sociale, di condivisione e di scambio tra pari – come afferma Baudrillard (ivi: 120): “Non è mai il feticismo dell'oggetto a sostenere lo scambio nel suo principio, ma il principio sociale dello scambio che sostiene il valore feticizzato dell'oggetto.” (ivi: 120).

L'esempio delle aste e del circuito dell'arte portato avanti da Baudrillard, mirato ad accentuare l'esclusività che caratterizza l'atto di *dépense*, rischia di far apparire l'investimento di valore di scambio-segno come un'eccezione rispetto alle esperienze quotidiane di consumo oggi giorno – un privilegio per pochi facoltosi che possono permettersi di dilapidare denaro per puro gusto. In realtà, la *dépense* si presenta come un meccanismo tuttora fondamentale, non propriamente volto a identificare una classe privilegiata di per sé, ma per la formazione e riproduzione delle differenze lungo tutta la scala sociale. A tale proposito, presentiamo ora alcuni esempi legati ad eventi sociali, a fenomeni artistici, o più semplicemente a situazioni di consumo che sottolineano la pervasività dell'atto di *dépense* nel definire gruppi e stabilire gerarchie tra questi, al di là di un principio strettamente economico.

### 5.3. Il Fyre-Festival

Il *Fyre Festival* è stato un progetto di festival musicale all'insegna del lusso e del divertimento che si sarebbe dovuto svolgere presso un'isola deserta delle Bahamas a cavallo tra aprile e maggio 2017. L'intento dell'imprenditore Billy McFarland e del rapper Ja Rule, ideatori e organizzatori del festival, era quello di promuovere attraverso il festival un'applicazione progettata dall'azienda dello stesso McFarland, la *Fyre Media*: l'app sarebbe consistita in un servizio di prenotazione di star della musica per eventi privati - una sorta di “uber for booking talent” – che avrebbe dovuto esaltare il valore economico e sociale dell'esclusività di questi stessi eventi.

Lo stesso festival riproponeva uno scenario privato ed esclusivo e avrebbe dovuto offrire ai partecipanti la possibilità di entrare a stretto contatto e di *condividere* l'esperienza con star della musica e dello spettacolo, in particolare con celebrità e *influencer* delle piattaforme social. Difatti, sebbene sia l'applicazione che il festival fossero formalmente mirati alla vendita di un servizio specifico a

tema musicale, ciò che evidentemente veniva promosso era proprio l'esperienza di condivisione, l'opportunità esclusiva di far parte di una cerchia sociale (e social) prestigiosa.

Non è un caso che l'evento di lancio dell'app sia diventato qualcosa più importante di quest'ultima; il festival avrebbe dovuto infatti inaugurare un nuovo format (e business) di grandi feste ed eventi in cui la musica non è che un accessorio chiaramente secondario rispetto al prestigio sociale realmente offerto o perlomeno promosso. Ed è forse a partire da questi presupposti che il Fyre Festival è stata "la più grande festa *mai avvenuta*", così come recita ambigualmente il titolo del documentario Netflix (2019) dedicato all'evento.

Il mancato *successo* e la conseguente accusa e condanna per frode rivolta a McFarland è concepibile solo all'interno di un codice strettamente economico e giudiziario, attraverso cui si sanziona la violazione di un contratto e di uno scambio economico, la mancata realizzazione di un prodotto già venduto ed acquistato. Al di fuori di quel piano contrattuale, infondo, non c'è stato nessuno scollamento tra presupposto e realtà, laddove il festival, proprio in virtù del suo insuccesso, si è rivelato essere un grande evento.

Nella ricostruzione che ne fa il documentario Netflix, è chiaro sin da subito come il progetto di McFarland consista in una grande speculazione sociale oltre che finanziaria: "un completo distacco dalla realtà" afferma uno dei collaboratori col senno di poi. Come dichiara un altro membro del team di progettazione, la materialità e la fattibilità del festival non sono stati punti considerati fondamentali e centrali, ma accessori ad un'idea di esperienza: "non importava chi suonasse, cosa si mangiasse [...] era il concetto ad essere venduto". La stessa isola deserta appartenuta a Pablo Escobar, fu rivenduta ai partecipanti come location ufficiale prima di essere stata effettivamente comprata o perlomeno affittata dallo stesso McFarland (per rivelarsi infine non disponibile). Poco importa se troppo ideale dall'essere irrealizzabile – il punto dell'evento è tutt'altro.

Da dicembre 2016 venne fatta partire la campagna mediale di promozione dell'evento: numerose top model di fama mondiale furono chiamate sull'isola per lo sviluppo di materiale audiovisivo per il lancio del festival – materiale tra l'altro totalmente slegato dal contenuto musicale del prodotto. Tale materiale è stato poi ricondiviso sulle piattaforme social da noti/e influencer; nel documentario viene riportato che l'influencer Kendall Jenner è stata pagata 250 mila dollari per la pubblicazione di un solo post promozionale.

È qui che si esplicita una moderna forma di *dépense*, attraverso cui il valore di scambio economico viene manipolato oltre ogni limite per divenire valore di

scambio-segno, speculazione social(e) e reale, al fine di rimarcare al contempo la socialità e l'esclusività del prodotto. Dunque, la campagna mediale e social dell'evento non è stata un semplice strumento di promozione o promessa, al fine di dare un valore aggiunto al prodotto ed accrescerne il valore di scambio economico, ma parte costitutiva del prodotto: attualizzazione del principio di scambio sociale che sostiene l'evento e il suo valore di scambio-segno feticizzato.

Anche la strategia di finanziamento adottata da McFarland sembra rimodulare i termini dello scambio al di là del principio economico. Può sembrare ormai una pratica scontata che prima di attrarre prodotto (musicisti) e consumatori (partecipanti), un'azienda si occupi di attrarre gli sponsor. Tuttavia, nel caso del Fyre Festival non si è trattato semplicemente di un modo per ottenere liquidità in anticipo, di costruzione di una *base* economica a sostegno dell'evento. La linea di scambio economico non è unidirezionale né sviluppata per livelli successivi, ma si chiude a circuito lungo uno stesso piano: non sono solo gli sponsor ad essere attratti preventivamente dai (soldi dei) partecipanti (in quanto prodotti del festival), ma gli stessi partecipanti ad essere attratti dagli sponsor, che divengono altrettanti prodotti, o meglio, elementi, lungo la catena di scambi che caratterizza il festival.

Pur nella sua vanità, tuttavia, la costruzione dell'evento non può dirsi completa senza la produzione materiale di valori d'uso: vitto, alloggi, trasporti, e qualsiasi altro servizio volto a garantire la riuscita di un festival di musica di lusso in un'isola delle Bahamas. Ed è a questo punto che entra in gioco lo sfruttamento di forza lavoro locale, impiegata (e non pagata) nell'impossibile realizzazione delle infrastrutture. Seppure i lavoratori e le lavoratrici bahamiani si sono mossi in un regime di economia politica, la loro subalternità non è solo legata allo sfruttamento materiale dei loro corpi e della loro terra, ma all'impossibilità di emancipare il proprio ruolo sociale al di là della legge del valore di scambio economico - a *differenza* di organizzatori, sponsor, influencer e partecipanti, il cui ruolo prestigioso ed egemonico è legato al potere di manipolare il valore, di bruciarlo, e di crearsi ad hoc, indipendentemente da qualsiasi referenzialità, il proprio codice e la propria cerchia.

Il documentario mette proprio in luce l'ambivalenza di questa relazione differenziale. Se i lavoratori e le lavoratrici locali producono valori d'uso in cambio di valore di scambio economico, il consumo dei partecipanti non è del prodotto di lavoro, ma è un consumo autoreferenziale di un codice di scambio interno - una sorta di cannibalismo attraverso cui viene sancita la loro esclusività ed egemonia proprio in relazione agli esclusi da questo circuito.

Il festival non può essere letto come produzione di un valore d'uso con annesso valore segno da scambiare economicamente per poi essere consumato nuovamente come valore d'uso e segno individualizzato. Tende *deluxe*, ville sul mare, appartamenti dotati di ogni comfort, e cibo prelibato non sono valori d'uso (o segno) che fungono da termini dello scambio, ma elementi già strutturati e predisposti in qualità di differenze, secondo il principio dello scambio. La loro materialità o il loro significato positivo servono esclusivamente a dare allo scambio una sorta di referente simulato, per di più del tutto superfluo.

Dopotutto, è stata proprio la sorprendente assenza di musica, cantanti, alloggi e cibo di classe (nonché della stessa isola deserta) ad aver ulteriormente sollecitato la catena e il circuito di condivisione social(e) su cui l'evento si è sempre basato, e ad aver reso il Fyre Festival la più grande festa mai avvenuta.

#### 5.4. *Comunione e liberazione*

*Comunione* (o *Eucarestia*) è una performance messa in atto dall'artista romano Cesare Pietroiusti a partire dal 2018. La performance consiste in una riproposizione critica, per certi versi parodica, del rituale liturgico dell'Eucarestia.

Al centro della celebrazione vi è una banconota da 500 euro che viene sottoposta ad un momento di ostensione e di consacrazione. In seguito, essa viene fatta in pezzi che vengono consegnati dall'officiante (lo stesso Pietroiusti) ai partecipanti al rito, i quali si apprestano a mangiare tali pezzi, essendosi impegnati, da contratto, a recuperarli nelle proprie feci nei giorni successivi. A seguito dei ritrovamenti si potrà ricostituire l'unità del corpo frammentato e trasformato, e la nascita di un'opera collettiva (fig. 1).



Fig. 1: banconota-feticcio in *Comunione*



Al di là del valore artistico (o meno) di questa performance o del suo prodotto finale, ciò che interessa in questa sede è più che altro il passaggio che trasforma la banconota da valore di scambio economico a valore artistico: valore di scambio-segno.

Il tutto si svolge davvero come una sorta di celebrazione liturgica. Si inizia con un'introduzione dell'officiante sul senso del rito, del denaro e della sua storia, "il denaro si rende indifferente alla specificità delle cose [...] regolandone attraverso un puro valore numerico, cioè attraverso ad un'astrazione, la scambiabilità" - predica Pietroiusti; segue la lettura di un passo di Simmel: "al punto in cui il denaro vale come valore in senso assoluto e la coscienza del fine si arresta definitivamente in esso [...]"; a seguire un ulteriore commento alla lettura da parte di Pietroiusti, che ci spiega l'etimologia del termine latino *pecunia*, derivante da *pecus*, "pecora", "a cui è collettivamente riconosciuto un valore, che si *scambia* e che si *usa*. Il denaro invece deve dare misura ad ogni cosa, e dunque non può essere a sua volta valore d'uso". Ed è già a questo momento della liturgia che si deve la *rivelazione* del denaro come puro valore di scambio, al di là di qualsiasi utilità o fine al di fuori di se stesso.

Il successivo momento dell'*ostensione*, a differenza dell'omonimo processo nel rito cattolico, non ha un vero ruolo di consacrazione, ma si concentra più che altro sulle caratteristiche fisiche della banconota stessa e, in particolare, della specifica banconota utilizzata per la performance, di cui viene anche letto il numero di serie. Tuttavia, questo focus sulla materialità e sull'unicità dell'oggetto in questione, come visto già in precedenza, è fondamentale per conferire alla banconota il suo valore feticizzato. Difatti, come viene stipulato attraverso la firma del contratto (il vero momento di consacrazione), è proprio quella specifica banconota ostentata che dovrà essere ricomposta a seguito della sua frammentazione e del suo ingerimento, per essere trasformata infine in un'opera collettiva.

Il consumo fisico della banconota-feticcio equivale al consumo e alla distruzione del (suo) valore di scambio economico al fine di ripristinar(ne) un nuovo valore di scambio segno feticizzato - non a caso viene scelto il taglio di banconota più alto. In questo gesto, al contempo collettivo e individuale, della divisione, moltiplicazione e ricomposizione, la banconota, un elemento già di per sé seriale, ri-vela dietro la sua unicità materiale, attraverso la sua apparente identità, se stessa come altro da sé: opera d'arte, o più semplicemente feticcio.

## 5.5. Il sacrificio

La manifestazione di ricchezza attraverso la sua manifesta distruzione fa della *dépense* un atto di investimento dell'oggetto del proprio valore differenziale. Non è la quantità di denaro consumata ad assumere valore come nella logica economica dell'equivalenza, ma il fatto stesso di consumare denaro. Ed è questo aspetto, e non la soddisfazione dei bisogni, che rende il consumo una passione, qualcosa che va oltre un comportamento economico e funzionale. Lo spreco viene visto come la trasgressione di una "legge morale interna dell'oggetto che sarebbe il suo valore d'uso" (Baudrillard 1970: 28). Questa dilapidazione del valore d'uso è sempre stata praticata e significata come consumo di un'eccedenza, di un surplus, fine a se stessa. È questo il livello del *potlach*, della *wasteful expenditure*, della *consumazione* pura e semplice che assume il significato sociale di superiorità e ricchezza:

La nozione di utilità, di origine razionalistica ed economicistica è dunque da rivedere secondo una logica sociale molto più ampia in cui lo spreco, lungi dall'essere un residuo irrazionale, assume una funzione positiva, sostituendo l'utilità razionale in una funzionalità sociale superiore, e anzi, al limite, appare come la funzione essenziale. (ivi: 29)

Questa forma di spreco richiama la nozione di *sacrificio*, ovvero quell'atto di distruzione che conferisce valore sacro alla cosa distrutta e beneficio spirituale/sociale a chi lo compie. Secondo Bataille (1949: 66), "il sacrificio restituisce al mondo sacro ciò che l'uso servile ha degradato, reso profano [...] Non è necessario che il sacrificio distrugga, propriamente, la pianta o l'animale che l'uomo dovette rendere cosa per il proprio uso. Basta che li distrugga in quanto cose, in quanto sono *divenute* cose".

Tuttavia, il sacrificio presenta aspetti contrastanti e di fatto consente il consumo utilitario, reinserendo la *cosa* nel circuito economico dopo averla sacralizzata. Non è un caso che solo pochi privilegiati fossero addetti alle pratiche sacrificali e a conoscenza della pratica rituale; il senso era proprio quello di creare una cerchia ristretta del quale era possibile attestare il prestigio. Reciprocamente, gli esclusi dal circolo privilegiato non erano privati della cosa, ma costretti a consumarla in quanto tale, materialmente e profanamente, secondo quella che Baudrillard definisce una "morale di schiavi" (cfr. 1972: 49-51).

È bene sottolineare come nonostante, o proprio attraverso questa profanazione, viene comunque ripristinato il valore-segno delle *cose*, e di

conseguenza ne viene autorizzato il consumo e la stessa feticizzazione. Di questo spirale della significazione e del feticismo ne è un chiaro esempio, ancora una volta, il feticcio dell'ostia consacrata. Buona norma vuole che l'ostia venga ingerita senza essere masticata, in modo da non farne cibo normale. Paradossalmente, il consumo materiale e distruttivo di ostie nelle cerimonie nere, volto a sconsciare l'ostia, fa di queste altrettanti feticci, degli oggetti dotati di un valore simbolico che si *oppone* a quello dato dai cristiani, in un gioco di differenze all'interno dello stesso codice.

Questo esempio, ribadisce la ricorsività del meccanismo feticista, che si instaura non solo a livello del valore di scambio, ma anche e proprio laddove la cosa viene apparentemente oggettivata in termini di mero valore d'uso, spingendoci così ad un superamento, o perlomeno a una rilettura, di queste categorie dell'economia politica e dello stesso feticismo.

#### 5.6. Sedottə e abbandonatə

Il nuovo paradigma sul feticismo non comporta né una prospettiva dematerializzata su feticcio e feticista, né abolisce del tutto la possibilità di relazione fisica, corporea, tra queste due categorie. Al contrario, come abbiamo iniziato ad argomentare nelle sezioni precedenti e, in particolare, tramite il feticismo del valore d'uso, è proprio nella materialità del rapporto con l'oggetto che questo può divenire un feticcio. Così come la concretezza del valore d'uso della cosa si pone a coronamento del valore di scambio astratto e del suo feticismo, è necessario rileggere anche la materialità della persona al di là dell'ideale del soggetto, in modo da comprenderne l'essenza relazionale e più ampiamente sociale.

Il *corpo* della persona assume un valore analogo a quello assunto dal corpo della cosa. Secondo Baudrillard, il corpo non è più un terreno funzionale all'esternalizzazione e all'alienazione del soggetto, ma esso stesso un elemento metonimico e feticizzato nel quale l'intero sistema di scambi sociali converge. A tale proposito, Mark Gane (2011: 375-6) afferma che,

Baudrillard si stava già muovendo verso una posizione ancora più complessa, dopo aver brevemente analizzato Freud (divisione del corpo nella castrazione) e Marx (divisione del corpo nel lavoro) [...] il sistema culturale contemporaneo, caratterizzato dalla positivizzazione del corpo, elimina le ambivalenze e riduce il corpo a un sistema semiologico.

Nella cultura contemporanea, il corpo è sottoposto a una sorta di disciplina: è necessario che sia il più liscio, il più chiuso possibile, senza difetti né orifizi, in modo da scongiurare la sua apertura verso l'altro, verso la differenza (soprattutto quella sessuale). Una serie di accessori ed elementi, quali vestiti aderenti al corpo, trucco naturale, calze e veli trasparenti, se da un lato sembrano rivelare il corpo all'esterno, dall'altro ne sanciscono la chiusura verso se stesso. La porosità della pelle, il suo essere medium di scambio, superficie di assorbimento e secrezione, viene levigata da questa patina trasparente sul corpo: una sorta di "seconda pelle", o di "nudità seconda":

Non c'è altra nudità che quella che si raddoppia nei segni, che s'avvolge nella sua verità significata e che restituisce, come uno specchio, la regola fondamentale del corpo in maniera erotica: quella di diventare, per essere celebrata fallicamente, la sostanza diafana, liscia, depilata, di un corpo glorioso e asessuato (Baudrillard 1976: 117-118).

A sostegno di questa tesi, Baudrillard fa riferimento alla donna d'oro del capitolo *Missione Goldfinger* (1964) della saga di *James Bond*: un maquillage che ne ri-vela interamente il corpo, rendendolo un fallo impeccabile: "che sia d'oro non fa che sottolineare l'omologia con l'economia politica" (ivi: 118). Questa seconda pelle, o nudità *design*-ata attraverso una rete di segni, non implica nient'altro che se stessa: nessun corpo di lavoro alienato, nessun corpo sessuato o castrato, ma solo un corpo pacificato, in *forma*: così come Brigitte Bardot, che è bella perché riempie perfettamente il proprio vestito (ivi: 119).

Come nel caso del trucco e del velo, il corpo si *ri-vela* tramite una serie di marchi e accessori, quali bracciali, calze, guanti. Questa serie di segni che suddividono il corpo ne scongiurano qualsiasi (ri)produzione, alienazione, castrazione, organizzandolo in un sistema di segni che acquisisce autonomia, coerenza interna e perfezione proprio in virtù di questa sua frammentazione.

Collane, anelli, cinture, fungono da linee di demarcazione, barre di significazione attraverso il quale si *erige* il valore feticizzato delle singole parti del corpo. Si tratta di una parodia della castrazione, dal momento che è proprio attraverso la cesura che questi accessori operano lungo il corpo che le sezioni designate da una parte all'altra fungono da feticcio sessuale: "una parte elevata a significante fallico d'una sessualità divenuta puro e semplice concetto, puro e semplice significato" (ivi: 113).

La potenza erotica sprigionata dalla linea della calza sulla coscia non deriva dalla vicinanza al sesso reale, ma dal fatto che l'apprensione, il desiderio e la paura verso il sesso e la sua castrazione è fermata e scongiurata tramite la messa in scena della stessa castrazione. La coscia nuda, grazie a questa cesura diviene effigie fallica, feticcio, spogliato di qualsiasi minaccia. L'erotizzazione consiste dunque nell'erettività di un frammento di corpo barrato, con il quale il feticista può appagare il desiderio del sesso di cui viene disconosciuta la perdita, la mancanza: "non si tratta di peni castrati, ma di peni *perché* castrati" (ivi: 114).

Un esempio analogo è quello della bocca: il rossetto, anche il meno vistoso possibile, non ha la funzione di accentuare la bocca in quanto orifizio erogeno, ma al contrario ne marca la chiusura, il parlare esclusivamente di e a se stessa:

Una bocca imbellettata non parla più: labbra beate, semi-aperte, semi-chiuse, non hanno più la funzione di parlare, né di mangiare, né di vomitare, né di baciare. Al di là di queste funzioni di scambio, d'introiezione e di reiezione, e sulla base della loro negazione, s'installa la funzione erotica e culturale perversa, la bocca affascinante come segno artificiale, lavoro culturale, gioco e regola del gioco ... il cui intenso valore erotico non deriva affatto, come si immagina, dalla sua accentuazione come orifizio erogeno, ma al contrario dalla sua chiusura – il rossetto è il marchio che la istituisce come valore di scambio fallico – bocca erettile. (ivi: 115)

Una volta che tutti gli elementi erogeni sono castrati o chiusi in se stessi, il corpo perde la sua funzione biologica, produttiva e riproduttiva, e diviene un sistema sterile, artificiale e inorganico di segni autoreferenziali, che ci seducono proprio in virtù di questa loro sistematicità e autonomia: "è il segno nella sua bellezza, il marchio (il trucco, la simmetria) che affascina; è l'artefatto/artificio che è oggetto del desiderio [...] l'erotico è così la reinscrizione dell'erogeno in un sistema di segni omogeneo, il cui obiettivo è la chiusura e la perfezione logica" (ivi: 112).

Di questa ri-velazione del corpo ne è un esempio paradossale e parodico la gestualità codificata<sup>39</sup> dello *strip-tease*, proprio perché "consente il richiamo fascinante della castrazione, e lo spettacolo del suo continuo superamento" (Baudrillard 1990: 117). Il palcoscenico, la spettacolarità della performance, il favore delle luci, l'uso di gioielli e brillantini, favorisce l'esibizione del corpo della spogliarellista: una messa in scena non nel senso di farsa, ma di esposizione del corpo in una dimensione altra, separata rispetto alla platea.

---

<sup>39</sup> Un gesto analogo a quello dell'artista (5.1): che marca la frammentazione e l'astrazione del proprio soggetto e/o dell'oggetto a cui si riferisce.

La performance presume sì la presenza del partner sessuale, ma nella lentezza del gesto che ne simula la presenza inevitabilmente ne marca l'assenza: è difatti la stessa spogliarellista che interpreta, incorpora il simulacro del partner nel toccarsi sensualmente. Infondo, lo strip-tease consiste in una celebrazione dell'autoerotismo tramite l'autoerotismo della stessa performer, in cui l'autonomizzazione del corpo fa conciliare il proprio desiderio con il proprio fascino. Se infatti la messa a nudo potrebbe comunque incrementare il desiderio e lo scambio con il pubblico, il farlo con lentezza permette anche, o esclusivamente, alla stessa performer di godere del proprio corpo.

La differenza biologica genitale, e l'attrazione sessuale che ne consegue, focalizzata sulla presenza/assenza del fallo, non ha alcun fine di complementarità, di riproduzione tramite questa differenza, ma al contrario istituisce un'equivalenza generale, di cui il Fallo diventa significante assoluto, standard dello scambio, in un'economia politica del corpo e del sesso che è omologa a quella della merce e del segno. La sequenza di gesti narcisistici, delle lente carezze a se stessa/o, del lento denudarsi, contribuisce ad emblemizzare il corpo in quanto oggetto fallico e far sì dunque che lo stesso corpo possa raggiungere lo standard di scambio erotico, ovvero la possibilità di scambiarsi con tutto facendolo solo con se stesso:

La lentezza dei gesti è quella del sacerdozio, della transustanziazione. Non quella del pane e del vino, ma quella del corpo in fallo. Ogni indumento che cade non avvicina al nudo, alla 'verità' nuda del sesso – cadendo esso designa come fallo ciò che denuda – ne svela un altro e il medesimo gioco si approfondisce, il corpo emerge sempre meglio come effigie fallica al ritmo dello spogliarello. Non è quindi un gioco di spogliamento di segni verso una profondità sessuale, è al contrario un gioco ascendente di costruzione di segni – dove ogni marchio assume un valore erotico grazie al suo lavoro di segno, cioè di capovolgimento che esso opera da ciò che non è mai stato a ciò che esso designa al suo posto e in sua vece: il fallo. (ivi: 122-3)

Se durante lo strip-tease “si dà l'impressione di mostrare la verità tutta nuda ma quando lei è nuda, è molto più adornata” (ivi: 120) è proprio perché non vi è nessuna verità da rivelare, ma semmai da ri-velare. Così come visto in precedenza, anche questo meccanismo feticistico si fonda sul cercare di non far scoprire che dietro al denudamento, alla caduta del velo, non ci sia nessuna verità altra - a meno di riconoscere la verità dello stesso feticcio, ma ciò ne comprometterebbe inevitabilmente la fascinazione.

## 5.7. Attrazione fatale

Un corpo, così come un oggetto e una cosa, non acquisisce il proprio fascino feticistico in virtù di un significato profondo o di una verità da rivelare, ma piuttosto in virtù dell'artificio attraverso cui si fa superficie opaca e significante del proprio significato:

Nella teoria feticista del consumo, ovunque gli oggetti vengono dati e ricevuti come dispensatori di forza: questa sostanza magica ovunque infusa fa dimenticare che sono anzitutto segni, un codice generalizzato di segni, un codice totalmente arbitrario di differenze, e che da questo aspetto e non certo dal loro valore d'uso, o dalle loro virtù infuse, derivano il fascino che esercitano. Se dunque vi è feticismo, non si tratta di un feticismo del significato, di un feticismo delle sostanze e dei valori (detti ideologici) che l'oggetto feticcio incarnerebbe per il soggetto alienato; si tratta di un feticismo del significante, cioè dal coinvolgimento del soggetto in ciò che, dell'oggetto, è fittizio, differenziale, codificato, sistematizzato. (Baudrillard 1972: 84-85)

Si tratta di quella che Baudrillard definisce come una "passione per il codice", ovvero verso "l'artificialità totale del segno, la conclusa perfezione di un sistema che viene feticizzato." (ivi: 90). Nel commento di Dant (1996: 506) "il feticismo della merce è la fascinazione e il culto per il suo sistema di differenze [...] che continuamente sposta l'enfasi da un termine ad un altro in modo che il desiderio perverso del feticista è costantemente ridiretto".

Tale passione è paragonabile all'ossessione perversa per il completamento di qualsiasi collezione. Baudrillard spiega come nella spinta a collezionare oggetti non sia né l'oggetto, né il suo valore/significato a interessare, ma esattamente ciò che nega tutto questo e in pari tempo implica la castrazione del soggetto: la sistematicità del ciclo collettivo, in cui il passaggio da un termine all'altro aiuta a costruirsi un mondo chiuso e invulnerabile, un sistema autosufficiente e coerente che non presenti ostacoli alla realizzazione del desiderio: "un desiderio che mira alla sistematicità dei segni proprio perché questa nega, blocca, esorcizza tutte le contraddizioni" (ibid.).

Partendo proprio da questo presupposto, Levin (1984) esalta la radicalità della posizione di Baudrillard, mettendo in evidenza come il coinvolgimento verso il carattere sistematico della merce-segno da parte del feticista sia sempre controbilanciato da una sua fondamentale esclusione:

[il feticismo] cessa di essere un velo mistico, un trucco della coscienza, un'alienazione del potere del soggetto [...] esso non mistica le relazioni sociali [...] Ciò che esso vela nel mistero non è il valore reale dell'oggetto: la sua origine nel lavoro e la sua finalità nel momento del consumo – i.e. il suo valore d'uso. Ciò che la merce nasconde è la propria nullità [...] il fatto che il suo significato non esiste nella relazione tra persone, ma nella relazione immanente dei segni e delle merci tra di loro. (Levin 1984: 39)

Questo meccanismo di feticizzazione impedisce la possibilità di “scambio simbolico”, ovvero quel principio sociale in cui lo scambio di oggetti è ancora subordinato e funzionale alla formazione di relazioni tra persone. Sebbene la riduzione semiologica inverta la gerarchia tra persone e cose, in favore di queste ultime e delle loro relazioni reciproche ed esclusive, non è la stessa cosa del feticismo marxiano – anzi, è l'opposto. Difatti, secondo Baudrillard, la problematica principale del feticismo della merce non è che le persone vi proiettino i loro valori personali sociali per poi esserne alienate, ma piuttosto che siano impossibilitate a portare avanti questa operazione, dal momento che la forma merce è un sistema di segni i cui significati sono già codificati in quanto differenze immanenti al loro stesso sistema:

Il problema del feticismo non è che le persone hanno proiettato i loro poteri nelle cose, ma piuttosto che gli oggetti sono divenuti progressivamente chiusi alle interazioni umane nel loro gioco sistematico e autoreferenziale. Le persone probabilmente hanno un'incorreggibile tendenza a feticizzare gli oggetti in ogni caso; ma la logica della significazione blocca persino la relazione simbolica, e invita le persone a feticizzare *sistemi* di relazioni [...] il simbolico concerne sempre la potenzialità di una relazione. Invece, la semiurgia dell'oggetto sociale riduce la disponibilità delle cose a mediare le relazioni sociali e delega a quest'ultime la mediazione di sistemi di segni. Se il feticismo della merce esiste, esso è perché nella nostra cultura è divenuto troppo razionale: merci pre-feticizzate [...] il feticismo non è falsa coscienza ma la chiusura sistematica di un sistema significante auto-telico [...] il punto del ragionamento di Baudrillard è che noi non ci sentiamo nascosti dalla merce così quanto ce ne sentiamo esclusi. (Levin 1984: 42)

Il feticista non ha possibilità di scambio con l'elemento feticizzato, dal momento che l'unico scambio possibile è quello tra gli elementi di una stessa serie: “ciò che ci affascina è sempre ciò che ci esclude radicalmente per la sua logica o per la sua perfezione interna” (Baudrillard 1972: 89). Così, l'agency del soggetto è limitata alla contemplazione feticistica di questa catena di scambi immanenti, dalla



quale lo stesso soggetto rimane inevitabilmente escluso. Mettendo in evidenza il principio di immanenza che caratterizza gli elementi di un sistema feticizzato, Baudrillard fa cadere di relazione tra soggetto e oggetto.

Detto questo, non si vuole affatto avanzare una prospettiva dematerializzata o derealizzata sul feticismo. La metafisica del soggetto e dell'oggetto è sostituita da una fisica e una semiotica fisica di corpi, sottoposti a operazioni chirurgiche e *semiurgiche*, che entrano in contatto come elementi metonimici di uno stesso ambiente altamente operativo. Il corpo non è più metafora dello spirito o luogo di alienazione per il soggetto, ma diviene “una *simulazione* molto più distruttiva dell'illusione dell'anima” (Gane 2011: 377, *corsivo nostro*).

L'uso della nozione di “simulazione” da parte di Gane non è affatto casuale. In esplicito riferimento alla teoria di Baudrillard, la simulazione è definita come l'ultimo ordine di una serie di forme di riproduzione del reale, in cui quest'ultimo è ormai indistinguibile dal proprio modello<sup>40</sup>:

Dall'assenza verso la presenza [...] la logica a lungo termine dell'estetica moderna abolisce la distinzione ipotetica tra segno e realtà nella simulazione [...] così che il reale in un senso sparisce e con esso il tipo di immagine e immaginazione che lo accompagnava, ma allo stesso tempo esso si muove persino oltre, verso una realtà banale e letterale (Gane 2011: 380).

Le considerazioni di Gane sulla nozione di “simulazione” ci permettono di ribadire la portata strutturale del feticismo, oltre ogni accusa di falsa coscienza o ideologia; feticismo che si esplica nella progressiva codificazione dei discorsi sociali, degli oggetti materiali, del corpo e dell'intera realtà di un soggetto “il cui spazio di vita gli viene gradualmente chiuso” (Levin 1984: 43).

## 5.8. Da Duchamp a Warhol

In apertura di questo capitolo, abbiamo visto come la produzione seriale (e firmata) nel campo dell'arte riflettesse il principio dello scambio attraverso cui si strutturano le relazioni sociali. Ora, in chiusura di capitolo, tale corrispondenza deve essere rivista alla luce delle nuove forme di riproducibilità tecnica e seriale non solo dell'arte, ma del reale nel suo complesso. Il punto di partenza è

---

<sup>40</sup> Ci occuperemo più approfonditamente di simulazione e della successione degli stadi simulacrali nel secondo intermezzo.

nuovamente l'omologia tra forma merce e forma segno – di cui la forma artistica è emblema e coronamento.

In questa dinamica, la firma gioca nuovamente un ruolo cruciale quanto ambivalente. A tale proposito, Stringa (2017) porta avanti un'interessante analisi sul lavoro di Marcel Duchamp. L'artista è divenuto celebre per apporre la propria firma su oggetti *ready-made*, ovvero oggetti industriali di uso quotidiano *già-fatti*. Dunque, il segno autografo non è posto a compimento di una propria creazione, ma al fine di una riappropriazione (in questo caso critica e parodica) dell'oggetto industriale e serializzato da parte dell'artista. Difatti, il ruolo della firma è quello di autenticare l'opera, nel senso etimologico di condurla all'*autos*, a sé, senza nessuna effettiva pretesa autoriale. In questo modo, Duchamp porta avanti una riflessione critica sul carattere privatistico e convenzionale dell'arte, legata al nome-brand dell'artista come elemento chiave nel processo di valorizzazione di un oggetto qualunque e della sua trasformazione in opera d'arte.

A tale proposito, Stringa (ivi: 234) pone l'attenzione su una delle opere più celebri di Duchamp: *Fountain* (fig. 2). L'orinatoio rovesciato, si mostra nella sua indiscutibile forma elementare di oggetto-merce, ed è proprio in quanto merce che l'opera esprime il proprio arcano. Così come la merce mistifica la propria essenza di prodotto del lavoro per assumere un'apparenza enigmatica (il tavolo a testa in giù), anche la *Fountain* (non a caso ribaltata) si presenta come oggetto dal fascino feticistico, addirittura come opera d'arte:

Tramite 'firme' e accostamenti apparentemente impropri, Duchamp ha messo sotto gli occhi di tutti un percorso falsificatorio che, egli sembra suggerire, è lo statuto specifico sia dell'opera d'arte sia della merce [...] ha gettato sulla lontananza immensa che separa merce e arte un ponte fatto del più semplice strumento: il nome [...] La firma, che solitamente apposta alla fine dell'opera d'arte la trasforma in merce, in Duchamp trasforma la merce in opera. (ivi: 235)



Fig. 2: Marcel Duchamp, *Fountain*, 1917.

Seppur l'operazione di Duchamp è volta a presentare la merce in quanto arte, questa stessa equivalenza può essere letta in direzione opposta. Il terreno dell'arte, nonostante, o meglio, proprio nel tentativo di difesa dei valori della soggettività, autenticità e unicità, è strutturato al pari degli altri campi discorsivi dal meccanismo di riproducibilità e serializzazione che caratterizza l'intero panorama culturale.

Declinando la soggettività dell'autore in termini di segni differenziali iscritti in una *serie* di gesti e opere, l'arte è facilmente integrabile a un sistema globale che la declina come qualsiasi altro sistema di oggetti. Come afferma Baudrillard (1972: 111), “nel proprio gioco [l'arte] rientra nel gioco generale. Può parodiare, illustrarlo, simularlo, truccarlo; ma non ne turba l'ordine, che è anche il proprio”. L'intento della riflessione di Baudrillard, ispirata al lavoro di Benjamin, è quello di evidenziare come l'opera d'arte si pieghi alla stessa logica di ripetizione in serie tipica della produzione industriale<sup>41</sup>.

Se l'atto di Duchamp si poneva ancora come un gesto avanguardistico, provocatorio e di denuncia nei confronti della crescente commistione tra arte e merce, alcune delle produzioni artistiche successive sembrano aver del tutto assorbito qualsiasi margine di critica, segnando un ulteriore passo in avanti nel compimento dell'omologia. Difatti, mai come in questa fase, nel suo specifico movimento riflessivo, l'arte si presenta come terreno di esibizione e riproduzione del meccanismo di riproducibilità tecnica del reale e della sua esperienza sempre più feticizzata.

---

<sup>41</sup> Sulla stessa questione, Montani (2005) sottolinea come la riproduzione tecnica non solo abbia completamente modificato lo scenario industriale ed economico, ma abbia favorito l'irruzione di nuove forme di rappresentazione artistica che hanno messo in crisi il tradizionale concetto di opera. Montani constata che ai requisiti di unicità e coerenza va a sostituirsi “un'esperienza dell'immagine concepita in termini di discontinuità e pluralizzazione” (ivi: 8).

Ed è proprio questo ciò che caratterizza l'arte di Andy Warhol e che lo consacra come l'autore della fine dell'arte stessa. Se gli artisti usano la tecnica per illudere, per sviluppare il potenziale estetico dell'immagine, Warhol parte dall'immagine per privarla del proprio immaginario, per lasciarla alla propria immanenza e trasparenza, proprio in quanto puro prodotto tecnico:

L'enigma è quello di un oggetto che si offre in una trasparenza totale, e dunque, non si lascia naturalizzare dal discorso critico o estetico. È quello di un oggetto superficiale e artificiale che riesce a preservare la sua artificialità, a liberarsi da ogni significato naturale per assumere un'intensità spettrale, priva di senso, che è quella del feticcio (Baudrillard 1995: 81).

La banalità delle immagini di Warhol non sta nella corrispondenza con la banalità degli oggetti della nostra vita quotidiana, ma nella loro *indifferenza* rispetto a questi: si tratta di una riproduzione dell'oggetto, privato totalmente della sua funzione, del proprio significato, e ricondotto alla sua esistenza in quanto mero prodotto della tecnica. In queste immagini “non vi è più trascendenza, ma un potenziamento del segno, il quale, perdendo ogni significato naturale, risplende nel vuoto di tutta la sua luce artificiale”<sup>42</sup> (ivi: 82). Le opere di Warhol così smettono di appartenere alla storia dell'arte e divengono prodotti del mondo, suoi frammenti metonimici.

Allo stesso modo, Warhol cessa di essere artista per completare la propria metamorfosi macchinica: proprio come una macchina, egli (*esso* – è asessuato proprio come una macchina) produce i propri oggetti-segno secondo il principio della loro riproducibilità tecnica, seriale (fig. 3).

Ed è in questa logica della riproducibilità il motivo per cui le opere di Warhol sono seriali – ciò che ne permette la proliferazione virale, che le rende opere *pop*, oggetto di un culto feticistico. Difatti, le immagini di Warhol sono *indifferenti* al desiderio produttivo (sessuale) del soggetto, ma esclusivamente legate all'ironia seducente (asessuale) dell'oggetto – ecco perché paradossalmente esse si generano l'un l'altra: “in tal senso Warhol è il primo artista che sia passato allo stadio del feticismo radicale, stadio paradossale di un'alterità portata alla sua perfezione [...] che fa il vuoto intorno a sé, e verso la quale, quindi, tutti i desideri sono irresistibilmente attratti” (ivi: 85).

---

<sup>42</sup> Si tratta della luce dei riflettori, delle macchine, dei media, attraverso cui verrà a concesso a tutt\*, prima o poi, il proprio effimero quarto d'ora di celebrità.



Fig. 3: Andy Warhol, *Campbell's soup*, 1968

## Intermezzo I: Estetica della comunicazione

### A. Estetica

Nella prima parte di questo lavoro abbiamo visto come il meccanismo del feticismo continuamente oscilli dal carattere differenziale e seriale dell'oggetto-segno astratto (feticismo del valore di scambio) alla materialità singolare dello stesso oggetto (feticismo del valore d'uso). Sebbene si tratti di una differenza prospettica, risanata dall'omologia tra valore di scambio (forma merce) e valore d'uso (forma oggetto) attraverso il valore di scambio-segno (forma segno), è proprio questo sguardo ambivalente sull'elemento a sostenerne il feticismo.

Si tratta di un'ambivalenza che si riflette soprattutto nella condizione e nel ruolo del "soggetto": da un lato, la sua attrazione verso la chiusura riflessiva e la sistematicità della serie di elementi feticci è appagata a costo dell'esclusione dello stesso soggetto; dall'altro, la possibilità di interazione con il singolo corpo del feticcio e l'integrazione del proprio corpo all'interno dell'intero sistema feticizzato lasciano comunque un margine di tensione, insoddisfazione ed estraniamento.

In questo intermezzo, vogliamo spostare la nostra attenzione proprio su quello spazio di attrazione e tensione che non sembra rimarginarsi nel *contatto* corporeo tra feticcio e feticista. Ipotizzando che il nucleo del feticismo stia tutto in questo margine tra soggetto e oggetto, riteniamo che l'estetica possa essere un campo disciplinare utile a definire un *luogo comune*, uno spazio di *comunicazione* tra le due istanze, dove poter indagare il *sensu* di questa loro relazione ambivalente.

#### a.1. Il senso estetico comune attraverso l'arte

Lungo il proprio percorso teorico, Merleau-Ponty ha riflettuto a fondo sulle modalità attraverso cui l'essere umano sente e dà senso al mondo. L'autore è giunto a teorizzare la contiguità e la reversibilità tra corpo percipiente e corpo percepito, in quanto entrambi integrati nello stesso ambiente esperienziale, in una prospettiva dove il fenomeno acquisisce una propria valenza ontologica; afferma Merleau-Ponty (1945: 256-257): "io comprendo l'altro tramite il mio corpo, cioè tramite questo corpo io percepisco delle 'cose'. Il senso del gesto così 'compreso' non è dietro di esso, ma si confonde con la struttura del mondo che il gesto delinea". Per argomentare questo aspetto circolare e metonimico della

comprensione del mondo attraverso il *medium* del corpo, lo stesso autore porta avanti la seguente riflessione:

Siamo pienamente visibili a noi stessi; quella lacuna in cui si trovano i nostri occhi e la nostra schiena è colmata, colmata da qualcosa, ancora di visibile, ma di cui non siamo titolari; certamente, per crederci, per far entrare in linea di conto una visione che non è la nostra, è sempre e inevitabilmente al tesoro della nostra visione che attingiamo, e quindi l'esperienza non può insegnarci niente che non sia abbozzato in essa [...] grazie all'altro corpo, io vedo che, nel suo accoppiamento con la carne del mondo, il corpo apporta più di quanto riceva, aggiungendo al mondo che io vedo il tesoro necessario di ciò che esso stesse vede<sup>43</sup>. (Merleau-Ponty 1964: 55)<sup>44</sup>

A commento del passo del passo appena citato, Diodato (2011) sottolinea la centralità del corpo come elemento originario del rapporto col mondo e condizione di una *comunicazione* con esso: “Merleau-Ponty compie il passo decisivo, stabilendo la co-appartenenza di corpo e mondo alla stessa stoffa comunicativa, dimensione in qualche modo precedente la distinzione stessa di corpo e mondo e insieme sua condizione di possibilità” (ivi: 54).

È già a partire da Kant - che con la *Critica della facoltà di giudizio* (1790) contribuisce a definirne le coordinate dell'estetica moderna - che l'esperienza del mondo risulta in un “senso comune estetico”, laddove *comune* sta ad indicare proprio la modalità partecipata, condivisa e riflessiva del senso del mondo: “l'esperienza che il mondo *si senta*” (Diodato 2011: 16), a priori rispetto a una sua significazione determinata e oggettivante.

Così, quel senso comune che noi cogliamo come un effetto dell'esperienza, secondo Garroni (1986) è in realtà “un'effetto a priori”, condizione di possibilità della stessa esperienza e del suo senso, determinabile solo dall'interno di quell'ambiente sensibile comune, condiviso, partecipato, esperito. È dunque la comunione del senso estetico del mondo che ne permette l'esperienza e la comunicabilità.

---

<sup>43</sup> Merleau-Ponty, oltre a colmare la distanza scenica tipica della visione attraverso una sua reinterpretazione in chiave tattile, di contiguità fisica tra vedente e visto, porta avanti una riflessione omologa per quanto riguarda il linguaggio: “come il visibile afferra lo sguardo che l'ha svelato e che ne fa parte, così la significazione si ripercuote, di rimando sui suoi mezzi, annette la parola [...] comprendere una frase non è altro che accoglierla nel suo essere sonoro [...] il senso non è su di essa come il burro su una tartina, come un secondo strato di ‘realtà psichica’ estesa sul suono: esso è ,a totalità di ciò che è detto, l'integrale di tutte le differenziazioni” (ivi: 66). Questo punto sarà cruciale, come vedremo, ad una rilettura del ruolo della comunicazione a cavallo tra senso e sensibile.

<sup>44</sup> Il numero di pagina è riferito all'antologia curata da Diodato e Somaini (2011), in cui vengono riportati alcuni passaggi del testo di Merleau-Ponty (1964), nella sua traduzione in italiano del 1993.

A partire da queste riflessioni, lo stesso Garroni interpreta l'estetica quale "filosofia non speciale" del senso e dell'esperienza in generale, e ridefinisce lo stretto legame di questo dominio con quello dell'arte, capace di comunicare e di farci esperire con efficacia il senso comune del fare esperienza.

Sulla stessa linea, John Dewey (1934: 42-43)<sup>45</sup> concepisce l'arte come un luogo esemplare di svelamento del senso dell'esperienza comune: "l'arte toglie il velo che nasconde l'espressività delle cose esperite [...] le opere d'arte sono i soli media capaci di una comunicazione completa [...] le espressioni che costituiscono l'arte sono comunicazione nella sua forma più pura". Per Dewey, attraverso l'arte, il senso comune dell'esperienza viene comunicato, ovvero rimesso in comune. Dunque, più che una rivelazione di qualche contenuto specifico, l'arte opera una rimodulazione dell'esperienza del mondo in genere, del suo senso comune estetico.

Nello specifico, Dewey, facendo anch'egli riferimento a Kant, ritiene che l'arte è ciò che ci permette di cogliere il senso del particolare senza fare ricorso ad un universale trascendentale, dal momento che si tratta di un guardare all'esperienza attraverso l'esperienza stessa, dal suo interno. In altre parole, l'arte non costituisce semplicemente un mezzo o uno strumento esterno al proprio oggetto, ma un *medium*, ovvero l'ambiente al quale l'effetto estetico (a priori) appartiene intrinsecamente<sup>46</sup>: "l'opera d'arte ha l'effetto di approfondire ed elevare a grande chiarezza quel senso di un avvolgente intero indefinito che accompagna ogni esperienza normale. Questo intero viene quindi sentito come un'espansione di noi stessi" (ibid.).

Sulla stessa questione, Montani definisce questa "espansione" estetica come capacità di riconoscere nel mondo non tanto una semplice materia altra da colonizzare, ma uno spazio in cui si è da sempre immersi e con cui interagire:

Una indeterminata e ricca molteplicità di stimoli da cui estrapolare di volta in volta le proprietà sovvenienti che fanno dell'ambiente reale un ambiente disponibile [...] che coopera con le esigenze della vita solo in forza di continue riorganizzazione del rapporto interattivo. Ma anche un'ambiente che preserva ampie zone di irriducibilità all'azione organizzante dell'essere umano. (Montani 2014: 40)

---

<sup>45</sup> Le pagine si riferiscono al volume antologico curato da Diodato e Somaini (2011), in cui sono riportati alcuni passaggi del testo di Dewey (1934) nella sua traduzione in italiano del 2007.

<sup>46</sup> Non a caso avevamo già utilizzato il termine "medium" in riferimento alla concezione di corpo in Merleau-Ponty per sottolineare la comunione tra mezzo e oggetto della percezione: il corpo del mondo come ambiente della sua stessa esperienza corporea. Ci occuperemo in maniera più approfondita della nozione di "medium" già a partire dal prossimo capitolo.



In altre parole, l'essere umano è sensibile alla contingenza e all'imprevedibilità - ciò che lo stesso Montani definisce "differenziatezza" (ivi: 23) - dell'ambiente in cui è immerso, ovvero al fatto che il nostro mondo sia uno spazio non pre-processato e non integralmente processabile dalla nostra facoltà estetica. La qualità della nostra sensibilità è proprio quella di essere continuamente aperta allo stimolo, all'imprevedibilità dell'esperienza del mondo.

Rifacendosi sempre a Kant, e in particolare allo schematismo della facoltà di giudizio, Montani mette in evidenza la complementarità tra la molteplicità delle forme che vengono registrate dalla sensibilità del soggetto giudicante e la sua capacità di rimodulare e riorganizzare gli schemi concettuali di cui già dispone. È proprio questo aspetto di complementarità ciò che permette al soggetto di rielaborare e riorganizzare lo stimolo sensibile in modo che non se ne perda il carattere molteplice e differenziato. I cosiddetti "schemi" kantiani consistono in strutture funzionali alla mediazione tra due ordini di elementi eterogenei: il mondo che la nostra sensibilità riceve (e che la percezione registra) e le categorie del nostro intelletto che concettualizzano il dato.

L'incontro tra questi due processi complementari avviene attorno alla questione del *riferimento*. Con questo termine si deve intendere la costruzione del significato in quanto *Bedeutung*, ovvero la designazione semio-linguistica di qualcosa che possa essere esibito sensibilmente. Secondo Montani - e per Kant prima di lui - la sensibilizzazione dei concetti verso il riferimento "è risalita fino a una condizione più originaria, che precede la formulazione dei significati e la rende possibile" (ivi: 28). Questo condizione di possibilità del senso e del sensibile è così interpretata:

Un libero gioco di immaginazione e intelletto che non ha di mira la messa in luce di veri e propri tratti pertinenti nella configurazione del riferimento, ma indugia in una preliminare e indeterminata perlustrazione di tutte le pertinenze che potrebbero rendersi disponibili senza determinarsi ancora di nessuna di esse" (ibid.)

Senza questo gioco immaginativo, i nostri concetti linguistici sarebbero vuoti, privi di un significato sensibile (*Bedeutung*), incapaci di instaurare una relazione significativa con il mondo. Tuttavia, questa relazione non deve essere interpretata in termini di correlazione biunivoca tra il mondo dell'esperienza e il suo doppio semio-linguistico - ovvero di riduzione, codificazione e riproduzione del primo nel suo modello concettuale - ma, al contrario, si tratta di un rapporto in continua ridefinizione di se stesso e dei propri elementi, capace di mettere in risalto la

ricchezza, la varietà e l'irriducibilità del mondo e della sua esperienza nel momento del suo scambio con la propria struttura significante.

Lo stesso Montani, ma Eco (1997) prima di lui, fa notare come questa forma di immaginazione creativa sia paragonabile al processo di *abduzione* in Peirce (1931-1935). L'abduzione si presenta come la capacità di ipotizzare una regola per spiegare un caso particolare non ancora classificato: "è in questo modo - libero e plastico, ipotetico e indeterminato - che noi esseri umani ci manteniamo costantemente *in contatto* con il mondo di riferimento, che proprio per questo si costituisce come oggetto di un'esperienza interattiva inesauribile e riorganizzabile" (Montani 2014: 29) – ciò che Peirce definiva "semiosi illimitata".

#### a.2. Il senso estetico comune attraverso la tecnica

Necessaria ai fini della nostra ricerca, è la reinterpretazione dell'estetica Kantiana portata avanti da Garroni (1977), il quale ridefinisce il rapporto di dipendenza dello schematismo logico dallo schematismo estetico (così come delineato sinora) attraverso la distinzione tra l'*immagine interna* della percezione (componente estetica indeterminata) e il *significato* (componente linguistica determinata), nella quale il primo termine viene inteso come condizione di possibilità del secondo.

Garroni, sostiene che il significato non vada interpretato semplicemente come un prodotto finito e determinato di una specifica facoltà intellegibile del soggetto, da mettere successivamente in correlazione con i dati sensibili. In realtà, sarebbe necessario ipotizzare e individuare già a livello della facoltà estetica una sorta di "differenziatore interno" – ovvero un'istanza, non ancora linguistica in senso stretto ma perlomeno paragonabile a una forma semiotica, capace di ritagliare e profilare una serie di pertinenze dell'esperienza, rendendole così disponibili alla concettualizzazione linguistica. Tale predisposizione della presa estetica al successivo lavoro di determinazione linguistica non fa sì che quest'ultimo sia una mera riproduzione, più precisa e definita, del primo; al contrario, tutto ciò innesca un circolo virtuoso:

Proprio in funzione del carattere dell'immagine interna e della sua componente di indeterminazione, il linguaggio non solo dice ciò che la percezione correlata al linguaggio permette di dire, ma dice molto di più, seguendo e insieme potenziando la plasticità e creatività della percezione, il proliferare degli schemi e dei significati e

inglobando la percezione in un mondo più complesso, detto mediante il linguaggio.<sup>47</sup> (Garroni 2005: 65-66).

Difatti, il linguaggio, lungi da codificare e oggettivare il mondo dell'esperienza, lo agisce pragmaticamente, esaltandone (e non riducendone) i tratti salienti predisposti dall'esperienza estetica, nonché le relative svariate possibilità di una loro elaborazione tecnica. A tale proposito, Montani (2014: 34) porta avanti questo esempio che, data la sua efficacia, riproponiamo:

Un 'arco' non è solo un attrezzo che serve a scagliare frecce. È anche l'*arcata* di un ponte o quella di una volta che sostiene un edificio. Il fatto che io usi la stessa parola – arco – per denotare cose così diverse (e tuttavia unificate sotto il profilo di quel tratto che ho definito sopravveniente) è una buona immagine intuitiva del lavoro di riorganizzazione e di rivitalizzazione che il linguaggio, risultato della profilatura operata dall'immaginazione, intrattiene con i processi percettivi.

Così, la costitutiva e progressiva delega della nostra facoltà estetica alla tecnica che sperimentiamo quotidianamente è collegata strutturalmente al lavoro portato avanti da percezione e linguaggio e, in particolare, alla propensione alla prassi sul mondo implicata dal riferimento a questo. Si crea così una sorta di circolo virtuoso tra facoltà estetica e sua estensione tecnica attraverso un sistema di *protesi*, che porta alla formazione di ambienti associati, ossia di ambienti caratterizzati dall'intreccio tra il naturale e l'artefatto tecnico.<sup>48</sup>

L'estensione protesica del corpo sensibile non può dunque essere intesa semplicemente in modo strumentale, ovvero in quanto produzione di mezzi o artefatti a disposizione del soggetto umano nella relazione con l'oggetto mondo. al contrario, sarebbe *proprio* della specie umana recare qualcosa di esterno ed

---

<sup>47</sup> Questo "dire molto di più" del linguaggio, nella complementarità e circolarità virtuosa con la facoltà estetica, è paragonabile – o perlomeno proviamo ad azzardare un paragone - alla reversibilità altrettanto virtuosa che si delinea nel rapporto tra corpo percipiente e corpo percepito in Merleau-Ponty (1964: 55): "grazie all'altro corpo, io vedo che, nel suo accoppiamento con la carne del mondo, il corpo apporta più di quanto riceva, aggiungendo al mondo che io vedo il tesoro necessario di ciò che esso stesso vede". La differenziazione e complementarità tra dato sensibile e linguistico presente in Kant, Garroni e Montani è, nel caso di Merleau-Ponty, sostituita da una continuità e comunione corporea tra tutti gli elementi della relazione soggetto-mondo. Pur riconoscendo le importanti differenze tra queste due prospettive, ciò che riteniamo opportuno sottolineare è l'aspetto comune riguardante la virtuosità del circolo che si instaura nella nostra relazione esperienziale con il mondo, nonché la continua ridefinizione degli elementi di questa relazione all'interno del medium della loro stessa esperienza.

<sup>48</sup> Il fatto che ciascuna nuova tecnologia non solo contribuisca alla formazione di un nuovo ambiente associato (*medium*), ma ne sia anche conseguenza necessaria, è un punto cruciale che verrà approfondito nel capitolo 7, in cui dimostreremo che ciascun nuovo medium contribuisce ad una *rimediazione* di una realtà già da sempre mediata.

inorganico ad estensione delle proprio facoltà estetiche<sup>49</sup>. Al punto che, secondo Montani (2014: 39), “parlare di esperienza estetica, per il genere umano, significa coesenzialmente riferirsi a una tecnoestetica” - e dunque “più che progettare artefatti sarebbe essa stessa [la specie umana] il risultato di un progetto” (Montani 2005: 19). È lo stesso Montani a definire quello della tecnica un progetto “ambientale” (ivi: 11), oppure, riprendendo Heidegger (1954), un modo di *disvelamento* (o di *ri-velazione* vedremo più avanti) del mondo e dello stesso essere umano, in quanto suo abitante, attraverso il *medium* tecnico.

### a.3. La deriva riflessiva dell'estetica

Il progetto ambientale di connessione dell'esperienza del mondo con una sua trasformazione tecnoestetica, secondo Leroi-Gourhan (1964), ha inizio dalla sostituzione della lavorazione diretta della selce con una lavorazione indiretta e differita. Nel primo caso, dal blocco di selce viene ricavato un singolo utensile; nel caso della lavorazione differita, non è più il blocco lavorato a fungere da utensile, ma le schegge ottenute da una sua lavorazione. Secondo Leroi-Gourhan tale innovazione sancisce la nascita della tecnologia.

Garroni riconduce questo progresso alla questione, per noi cruciale, del legame tra tecnica ed estetica. Secondo l'autore, il passaggio dalla lavorazione diretta a quella indiretta e differita attesta l'esercizio di un'attitudine *riflessiva* capace di sospendere il riferimento della tecnica a uno scopo immediato e definito, per dar luogo all'anticipazione progettuale di molti scopi possibili e ancora indeterminati. In questo modo, si conferma come “l'oggetto estetico dipenda da un fare riflessivo e creativo, in quanto la componente metaoperativa che si trova a fondamento della tecnologia umana ne risulta direttamente pertinentizzata, dispiegata, e infine – è il caso delle cosiddette opere d'arte – esemplarmente esibita in quanto tale” (Montani 2005: 67).

Per comprendere meglio questo legame costitutivo tra tecnica ed estetica, cercando di rilevarne le ambivalenze, ripartiamo ancora una volta da Kant, e dalla differenziazione tra l'arte “in genere”, la *techne* - vale a dire la capacità di produrre un artefatto con una finalità di scopo, con un'utilità – e l'arte “bella” - in quanto produzione di opere sprovviste di una finalità determinabile. Per chiarire ulteriormente questa differenza, Kant definisce l'arte bella come “un'arte in quanto

---

<sup>49</sup> Per una ricostruzione teorica sul carattere protesico della tecnica si vedano Carboni e Montani (2005), Diodato e Somaini (2011), e McLuhan (1964); al lavoro di quest'ultimo autore verrà dedicato gran parte del capitolo 6.

pare essere allo stesso tempo natura” (*Schöne Kunst ist eine Kunst, sofern sie zugleich Natur zu sein scheint*).

Nella sua *lectio difficilis*, Montani (2005: 8-9) reinterpreta l’uso del termine “natura” facendo ricorso alla nozione di *physis*, ovvero pertinentizzando quella capacità autogenerativa, quella spontaneità creatrice tipica della natura, e parafrasa Kant in questo modo: “L’arte bella è *techne* in quanto nello stesso tempo si fenomenizza come se fosse *physis* [...] quel venire alla presenza che trova in sé, e non in altro, la ragione della sua legittimità [...]”. Attraverso tale distinzione, Kant sancisce il carattere autonomo dell’esperienza estetica, nella doppia accezione di facoltà sensibile e di arte, dalla tecnica – o perlomeno da un fine esterno. L’arte, caratterizzata da una “finalità senza scopo” (ibid.), si presenta come un libero dispiegamento della componente riflessiva insita nella tecnica.

Come sottolinea Montani, sotto questo punto di vista, l’esperienza estetica e artistica sembra costituirsi in opposizione alla prassi tecnica, in quanto esclusione di effetti esterni e di ordine pratico sul mondo della stessa esperienza. Partendo da questi presupposti, possiamo avanzare due diverse considerazioni, riguardanti rispettivamente tecnica e arte: (1) la contiguità tra soggetto e oggetto dell’esperienza, attraverso il medium tecno-estetico, è ciò che dà credito al soggetto umano nel progetto di disvelamento del mondo, che mira a portare all’apparenza e alla presenza quelle cose che non hanno la facoltà di apparire da sole; (2) riflettendo sull’aspetto non strumentale e non oggettivante della tecnica – “il carattere non-tecnico della tecnica stessa” (Montani 2005: 12) - il progetto dell’arte sembra invece mirare all’autonomia della facoltà estetica e del proprio oggetto/ambiente rispetto al soggetto umano esperiente. In altre parole, se la tecnica si presenta come medium di un progetto di disvelamento e trasformazione del mondo, nel continuo lavoro di riferimento a questo, l’arte costituisce una riflessione su/di questo medium tecnico e, inevitabilmente, una deriva del suo progetto e un cortocircuito del meccanismo virtuoso che si innesca nella sua relazione con il mondo.

Infondo l’arte, nel suo costitutivo gioco tra immaginazione e intelletto, non “sarebbe nient’altro che la *messa in opera* di questo schematismo, la sua trasmutazione in un oggetto capace di esibirne esemplarmente e riflessivamente il *modus operandi*” (Montani 2013: 146). L’arte si presenta dunque come caso esemplare di rimodulazione dell’esperienza tecno-estetica, una sorta di acceleratore (nel vuoto) di questa stessa esperienza. Se difatti la tecnica si presenta come medium dell’esperienza del proprio ambiente associato, l’arte è un medium che esacerba la riflessività di questa stessa operazione, spingendone all’estremo il

meccanismo sino ad una sorta di dissociazione dall'ambiente dell'esperienza: involuzione o perversione della presa estetica e del lavoro di riferimento al mondo in un'operazione del tutto autoreferenziale.

Nell'ossessiva ricerca di riprodurre e ricomunicare l'indeterminato della percezione, nella profilatura dei suoi tratti salienti “senza determinarsi per alcuni piuttosto che per altri, e anzi, incrementandone riflessivamente il gioco reciproco” (ibid.), l'arte contemporanea è spinta a fare abbondante uso di nuove tecnologie, sperimentandone svariate combinazioni, introducendone essa stessa delle nuove. Il rischio è però così di cristallizzare la presa estetica e il lavoro di riferimento al mondo operato da queste stesse tecniche in un'opera feticcio, che non rivela niente se non se stessa, il proprio modo di operare.<sup>50</sup>

Tuttavia, non si può biasimare l'arte per l'esibizione e la riproduzione di una deriva (an)estetica che caratterizza in primis la tecnica. Nel suo carattere ipertecnico, *ipermediato*, l'arte risulta infatti essere semplicemente un campo di sperimentazione per comprendere e comunicare gli effetti di una dilagante delega e feticizzazione della nostra facoltà estetica alla tecnica. L'arte, come medium apparentemente *sui generis*, ci offre in realtà un modello di interpretazione del medium tecnico della nostra esperienza comune oggi. Lo sviluppo tecnico è diventato progressivamente per l'arte il modello da cui derivare i propri modelli estetici. In altre parole, l'autonomia dell'arte è riflesso ideologico dell'autonomia propria della tecnica. Come afferma Montani (2005b: 69), “qualcosa come l'arte potrà continuare a sussistere se e solo se saprà prendere in carico il compito di far apparire qualcosa di decisivo riguardo all'essenza della tecnica nel momento del suo massimo dispiegamento (cioè nel momento del suo massimo occultamento)”. Quel momento è arrivato e l'arte forse non sussiste più, ma infondo, quel momento cruciale di massimo dispiegamento e ripiegamento su se stessa riguarda in primis la tecnica:

Ci si può infatti chiedere [...] se ci sia una soglia critica oltre la quale la delega tecnica, verso cui la sensibilità umana è strutturalmente orientata, rischia di effettuare un effetto di occultamento del carattere 'misto' dell'ambiente associato nel quale essa esercita la sua attività. Più precisamente, ci si può chiedere se un eccesso di delega tecnica non riveli la tendenza a effettuare una certa disabilitazione delle prestazioni semiotiche che, all'interno di un ambiente associato, garantiscono

---

<sup>50</sup> In questa indeterminazione e riflessività è facile riscontrare alcune tratti costitutivi dell'opera d'arte contemporanea, in quanto *aperta* (cfr. Eco 1964), ovvero caratterizzata dall'eccedenza del senso sui significati determinati. Si tratta di caratteristiche comuni, come vedremo, alle tecnologie e, in particolare, ai media.

la costanza e la plasticità del riferimento al mondo esterno [...] dirottandole verso pratiche di carattere autoreferenziale. (Montani 2014: 36-37)

Possiamo infatti ipotizzare che la crescente delega della facoltà sensibile alle nostre protesi tecniche comporti “un’interruzione del carattere *genuinamente interattivo* della nostra relazione con l’ambiente” (ivi: 44). In altre parole, avanziamo l’ipotesi che la tendenza del progetto tecnico si muova paradossalmente in direzione “di un livellamento, di una contrazione e di una potente canalizzazione del sentire. Insomma: in una direzione prevalentemente *anestetica*” (ibid.).

L’eccessiva tecnicizzazione dell’esperienza contribuirebbe così ad una crescente modellizzazione della presa estetica sul mondo, del riferimento a questo, riducendone, mi si perdoni il gioco di parole, l’irriducibilità, la varietà, l’indeterminatezza costitutiva. Di conseguenza, anche il linguaggio non svolgerebbe più la propria funzione complementare di magnificazione dei tratti salienti dell’esperienza del mondo e delle possibilità tecniche e pragmatiche che ne derivano; al contrario contribuirebbe a riprodurre in maniera ancora più determinata, oggettivante, anestetizzata la sua struttura così come registrata e programmata dalle nostre protesi tecniche.

## B. Comunicazione

### b.1. Luogo comune

Nella seconda parte di questo lavoro, ci occuperemo proprio di questa deriva riflessiva, autoreferenziale e paradossalmente anestetica dell'esperienza tecnestetica. In particolare, ci soffermeremo su degli artefatti tecnici particolari quali i *media*.

Una prima definizione di *medium* ne ha evidenziato la costitutiva pluralità semantica: *estensione* tecnica della nostra facoltà estetica che permette di esperire l'ambiente a cui si associa, nonché *ambiente associato*, oggetto di esperienza attraverso se stesso. Tale duplicità di significato costituisce la specificità della nozione di *medium*, oltre che la sua effettiva capacità di stabilire continuità e contiguità tra soggetto, mezzo e oggetto dell'esperienza, in quanto elementi che condividono lo stesso piano, lo stesso ambiente – *medium* – esperienziale. Ed è rispetto a questo *luogo comune* che bisogna ridefinire il concetto di *comunicazione* e quello di *media* a cui generalmente è associato.

La comunicazione da funzione dei *media* nei termini di trasmissione di informazione, messaggi e contenuti, ne diventa condizione di possibilità e logica costitutiva. Essa può essere interpretata come declinazione mediale del principio sociale dello scambio: è a partire da questo principio, infatti, che si sviluppa l'ideologia della connessione e del contatto, della condivisione e dell'interattività, che caratterizza soprattutto i nuovi *social media*. Come afferma Granata (2012: 35-36),

L'interazione giunge così a rappresentare il modello strutturale proprio dell'esperienza comunicativa [...] in quest'ottica i nuovi *media* vanno considerati alla stregua di un sistema relazionale capace di costituire al suo interno e attraverso le sue logiche un luogo di per sé, uno spazio, e quindi un'esperienza [...] vero protagonista dei processi di comunicazione che la conformazione del mondo digitale rivela in tutta la sua trasparenza.

Secondo Wolton (1997) si passa così da una comunicazione “funzionale” a una comunicazione “normativa” - termine che sottolinea la ritualità e la socialità dell'esperienza comunicativa, nonché la condivisione di un codice comune attraverso cui dare forma a questa stessa esperienza. A tale proposito, risulta interessante la teoria ermeneutica della comunicazione avanzata da Lévy (1990), il cui oggetto principale di indagine non è il messaggio, l'emittente o il ricevente, ma



l'ipertesto: una metafora utile a dimostrare la struttura ricorsiva del senso, ovvero la rete di connessioni e la catena di condivisioni che continuamente si riattivano a formare un *sensò* e un *luogo comune*.

Per riprendere una terminologia jakobsoniana, possiamo dire che lo statuto della comunicazione (e dei media) si gioca a cavallo tra la sua *funzione fatica* e la sua funzione *riflessiva*: il continuo richiamo dell'altro, l'ossessiva ricerca di una connessione, non è mirata al trasferimento di informazione verso un soggetto separato, ma, al contrario, a verificarne la presenza all'interno dello stesso ambiente, la possibilità di scambio lungo lo stesso canale e la condivisione dello stesso codice comunicativo e sociale.

In questa ridefinizione e riduzione del soggetto a mero ruolo-presenza all'interno dell'ambiente comunicativo, è evidente quale sia il senso della comunicazione: "dato un luogo [...] non sono i suoi abitanti a 'comunicare' autonomamente tra di loro, ma il luogo [...] che tramite loro parla con se stesso [...] autocomunicazione [...] nessun concetto ha necessità di transitare [...] non si comunica nulla; ci si illumina soltanto all'unisono in qualcosa che è già comune" (Nanni 2002: 178).

È necessario dunque registrare un principio di immanenza, una logica della circolarità e della chiusura, e della continua ricorsività: "solo la comunicazione può comunicare [...] Comprendere non è mai una mera duplicazione dell'enunciato in un'altra coscienza, ma è piuttosto, nel sistema di comunicazione, una precondizione per la connessione verso ulteriore comunicazione, e così una precondizione per l'autopoiesi dello stesso sistema" (Luhmann 1992: 256).

Allora, quelli che comunemente e strettamente definiamo media, i cosiddetti mezzi di comunicazione (in senso altrettanto stretto), non rappresentano una sottocategoria dei media in senso lato, ma semplicemente esibiscono in maniera più esplicita il principio (più che la funzione) della comunicazione che è costitutivo di ogni medium che si possa definire tale.

Si tratta di elementi sempre più pervasivi nel nostro ambiente di vita, capaci di stabilire determinate coordinate dell'esperienza e di restituirci un senso del mondo modellato secondo i propri codici e rimandi interni. Il continuo passaggio da un medium all'altro, senza alcuna possibilità di trascendenza, costituisce la logica e la forma del nostro sistema mediale e culturale contemporaneo, capace di accrescere progressivamente la propria coerenza interna e il proprio fascino feticcistico. In questa logica di scambio e di *rimediazione* reciproca, i media si presentano così come feticci contemporanei: nell'aspirazione di costituire un'ambiente esperienziale comune (*medium*), attraverso cui rivelare il mondo comunicandone il

senso, non fanno altro che *ri-velare* se stessi, ammaliandoci con le loro regole, ma escludendoci dal proprio gioco.

## *b.2. Comunicazione e cultura di massa*

Grazie alla loro forza proliferante e capacità aggregativa, i media estendono la propria influenza su tutti i campi e ambienti esperienziali, omologandoli sotto lo stesso principio estetico e divenendo i principali fattori per la formazione di luoghi comuni d'esperienza.

Proprio a proposito della incontrastata avanzata dei media in ogni ambito, e della loro capacità comunicativa e modellizzante, Eco spostava l'attenzione dal campo dell'arte a quello delle cosiddette comunicazioni di massa. A tal riguardo, l'autore formulava e criticava la dicotomia, ormai divenuta classica, tra apocalittici e integrati. Si tratta di una diatriba decennale, che qui vogliamo brevemente riprendere.

A partire dalla Scuola di Francoforte<sup>51</sup>, in molti avevano colto il potenziale integrativo e uniformante delle comunicazioni non a caso dette di *massa* - prese di mira per la loro produzione di contenuti *ideologici*, incapaci di mettere in questione e sovvertire i rapporti di potere o, ancora meglio, intenzionalmente concepiti proprio per la riproduzione dello status quo:

La situazione nota come cultura di massa si verifica nel momento storico in cui le masse entrano come protagoniste nella vita associata, corresponsabili della cosa pubblica. [...] hanno elaborato cioè proposte che salgono dal basso. Ma paradossalmente il loro modo di divertirsi, di pensare, di immaginare non nasce dal basso: attraverso le comunicazioni di massa viene proposto loro sotto forma di messaggi formulati secondo il codice della classe egemone. Abbiamo così la situazione singolare di una cultura di massa nel cui ambito un proletariato consuma modelli culturali borghesi ritenendoli una propria espressione autonoma. Dal canto proprio, una cultura borghese [...] identifica nella cultura di massa una "sottocultura" che non le appartiene, senza avvedersi che le matrici della cultura di massa sono ancora quelle della cultura "superiore". (Eco 1964: 19)

Partendo da questi presupposti, la prospettiva apocalittica sulla cultura di massa mette sotto accusa la falsa coscienza insita in queste produzioni dal basso che si rivelerebbero essere riproduzioni di un modello borghese, e dunque

---

<sup>51</sup> Cfr. Adorno e Horkheimer (1944).

perfettamente integrate nel sistema dominante, da cui – secondo l’apocalittico - è invece necessario prendere definitivamente una distanza critica, senza possibilità di compromesso<sup>52</sup>. Tuttavia, ciò che emerge è come, nella critica della cultura di massa e nella assoluta negazione del suo potenziale, l’apocalittico assuma la stessa posizione della borghesia che si voleva criticare o, peggio ancora, di una certa aristocrazia culturale fortemente conservatrice<sup>53</sup>.

Secondo questa prospettiva, i prodotti di consumo, rivolgendosi ad un pubblico massificato, non possono rispondere a criteri di innovazione, originalità e apertura (che caratterizzano le cosiddette *opere aperte* tipiche delle avanguardie artistiche da cui traggono ispirazione), ma a esigenze omologate e omologanti, tendenze collettive prestabilite, che gli stessi oggetti contribuiscono a formare e riprodurre continuamente: dall’imprevedibilità delle forme estetiche avanguardiste, si passa alla diffusione di “formule”<sup>54</sup> (ivi: 37) preconfezionate per effetti assicurati e rassicuranti.

Ne è esempio il *Kitsch*, che Eco definisce come “prefabbricazione e imposizione dell’effetto” (ivi: 66). In questa particolare forma artistica-culturale, “gli autori utilizzano espressioni già cariche di fama poetica oppure elementi che posseggano comunque in proprio una capacità di mozione affettiva”, corredandole di “parole accessorie, in modo che l’effetto, se per caso si perdesse, venga reiterato, e garantito [...] quivi, uno stimolo aiuta l’altro mediante la cumolazione e la ripetizione” (ivi: 67). In questo modo, continua Eco, “è logico che il Kitsch si proponga allora come cibo ideale per un pubblico pigro che desideri adire ai valori del bello e convincersi di fruirne, senza perdersi in sforzi impegnativi” (ivi: 69).

In questa ricostruzione, Eco fa riferimento alle teorie di Dwight MacDonal, secondo cui, “non si rimprovera alla cultura di massa la diffusione di prodotti di infimo livello e di nessun valore estetico [...] si rimprovera al *mid-cult* di

---

<sup>52</sup> Una distanza che inevitabilmente sfocia in una polarizzazione del discorso, riscontrabile a livello testuale: “l’immagine dell’Apocalisse va rilevata dalla lettura dei testi *sulla* cultura di massa; l’immagine dell’integrazione emerge dalla lettura dei testi *della* cultura di massa. (Eco 1964: 4).

<sup>53</sup> A tale proposito, Eco (ivi: 32) suggerisce che “non è certo immotivato ricercare alla radice di ogni atto di insofferenza della cultura di massa una radice aristocratica, un disprezzo che solo apparentemente si rivolge alla cultura di massa, ma in verità si appunta sulle masse”.

<sup>54</sup> Da notare usi la nozione di “formula” ripresa successivamente, per molti versi in maniera analoga, da Baudrillard (cfr. *Intermezzo II*). In particolare, Eco afferma che “un messaggio poetico è troppo complesso, accade di solito che il ricettore distratto ne colga solo un aspetto, o lo accetti sovrapponendogli una decodificazione precedente diventata *formula*” (1964: 108, *corsivo nostro*).

‘sfruttare’ le scoperte dell’avanguardia e di ‘banalizzarle’ riducendole a elementi di consumo” (ivi: 33)<sup>55</sup>.

Tuttavia, ciò che Eco vuole sottolineare è un certo atteggiamento snobistico verso la cultura di massa da parte della critica apocalittica - ma, come è ben noto, chi disprezza compra – ed è qui che Eco passa al contrattacco:

Quello che invece si rimprovera all’apocalittico è di non tentare mai, in realtà, uno studio concreto dei prodotti e dei modi in cui vengono davvero consumati. L’apocalittico non solo riduce i consumatori a quel feticcio indifferenziato che è l’uomo-massa, ma – mentre lo accusa di ridurre ogni prodotto artistico, anche il più valido, a puro feticcio – riduce egli stesso a feticcio il prodotto di massa [...] nasce il sospetto che la prima e più illustre vittima del prodotto di massa sia proprio il critico virtuoso. È questo uno dei fenomeni più curiosi e appassionati di quel fenomeno di industria culturale che è la critica apocalittica all’industria culturale. (Eco 1964: 14)

Lo sguardo distaccato, dall’alto verso il basso degli apocalittici è sempre segretamente uno sguardo feticcistico verso un *sistema-cultura di massa* che, in virtù dell’automatismo del proprio funzionamento, della coerenza interna e chiusura verso l’esterno, affascina (in) quanto esclude. Se le “masse” si costituiscono e al contempo spongono al rischio di implosione per via della proliferazione dei propri oggetti feticci, allo stesso tempo “i profeti massmediatici propongono l’immagine sconcertante di una profezia insieme tonante e balzubiente, poiché essa non sa scegliere tra l’amore proclamato per le masse minacciate dalla catastrofe e l’amore segreto per la catastrofe” (Eco 1964:10). Così, l’apocalittico che si distacca dalla cultura di massa, negandone in toto il valore dei prodotti feticci, è un po’ – per usare un altro efficace modo di dire - come la volpe che giudica l’uva acerba solo perché non può arrivarvi: atteggiamento ipocrita e posizione classista, che tenta maldestramente di mascherarsi da critica sociale:

Dire: “il sistema in cui ci muoviamo rappresenta un esempio di ordine talmente perfetto e pervasivo, che ogni atto isolato di modificazione di fenomeni isolati, si risolve in pura testimonianza” (e suggerire: “dunque, meglio il silenzio, la ribellione passiva”) è posizione accettabile sul piano mistico, ma diventa singolare quando è

---

<sup>55</sup> L’estetica kitsch è così riassunta da Eco (ivi: 81) in una serie di passaggi: “1) prende a prestito procedimenti dell’avanguardia e li adatta per confezionare un messaggio comprensibile e godibile da tutti; 2) impiega questi procedimenti quando sono già noti, divulgati, frusti, *consumati*; 3) costruisce il messaggio come provocazione di effetti; 4) lo vende come Arte, 5) pacifica il proprio consumatore convincendolo di aver realizzato un incontro con la cultura, in modo che esso non si ponga altre inquietudini” (ivi: 81).

sostenuta, come avviene di solito, sulla base di categorie pseudo-marxiste. In tal caso, infatti, una data situazione storica viene irrigidita in un modello, in cui le contraddizioni originarie si sono composte in una sorta di massiccio sistema relazionale puramente sincronico. A questo punto, tutta l'attenzione si sposta sul modello come tutto inscindibile, e l'unica soluzione viene intravista come negazione totale del modello. Siamo nel campo delle astrazioni e delle malintese presunzioni di totalità: a questo punto si ignora che all'interno del modello continuano ad agitarsi le contraddizioni concrete. (Eco 1964: 48).

Eco dunque accusa la critica apocalittica di tracciare e marcare i confini della cultura di massa irrigidendola in un sistema chiuso e feticizzato, di cui si predica la totale negazione e l'apocalisse, per poi finirne inevitabilmente attratta e integrata. L'autore suggerisce dunque l'inutilità di "ritirarsi sull'Aventino dell'incontaminazione (Barbieri 2014: 23) e ci invita invece a indagare da più vicino, se non addirittura da dentro, la realtà concreta di questa stessa cultura e dei suoi oggetti, rilevandone l'apertura, il dialogo con l'arte e l'avanguardia, e le potenzialità che possono emergere da questa comunicazione.

A tale proposito, l'autore rimprovera al critico apocalittico di "non porsi mai la domanda se molte delle operazioni dell'avanguardia siano state prive di ragioni storiche profonde, o se queste ragioni non vadano proprio cercate nel rapporto tra avanguardia e cultura media" (Eco 1964: 82). Secondo Eco, difatti, "non è soltanto il Kitsch che mutua da una cultura di proposta stilemi da inserire nei propri deboli contesti. Oggi è la cultura di avanguardia che, reagendo alla situazione massiccia e avvolgente della cultura di massa, prende i propri stilemi a prestito dal Kitsch: e altro non fa la pop-art quando individua i più volgari e pretenziosi tra i simboli grafici dell'industria pubblicitaria e li fa oggetto di una attenzione morbosa e ironica" (ivi: 128). È dunque proprio nella loro dialettica, in quanto negazione l'una dell'altra, che cultura di massa (Kitsch in particolare) e avanguardia possono definire la loro identità: "mentre la cultura media e popolare [...] non vede più l'opera d'arte quanto i suoi effetti, ecco che gli artisti si sentono spinti per reazione a insistere sul polo opposto: non più a suggerire effetti, e non più a interessarsi all'opera, quanto al *procedimento che porta all'opera*"; al punto che "oggi giorno le poetiche paiono diventate più importanti dell'opera, l'opera non essendo altro che un discorso continuo sulla propria poetica, e meglio ancora la poetica di se stessa" (ivi: 72-73). Per questi motivi, continua Eco, "l'industria della cultura di consumo, stimolata dalle proposte dell'avanguardia, continuamente svolge opera di mediazione, diffusione e adattamento, sempre e di nuovo prescrivendo in modi

commerciabili, come provare il dovuto *effetto*, di fronte a modi di formare che originariamente volevano farci riflettere solo sulle *cause*” (ivi: 76).

Il merito di Eco è dunque quello di avere sottolineato il carattere snobistico e altrettanto integrato di una critica alla cultura di massa, di una distinzione netta tra questa e una sedicente cultura superiore, cercando di cogliere la portata strutturale, la complementarità e l'intrecciarsi di queste diverse forme e posizioni all'interno di uno stesso sistema: quello dell'industria culturale e della comunicazione di massa:

Il sistema dell'industria culturale pone una rete di condizionamenti reciproci, tale che anche la nozione di cultura *tout court* ne viene coinvolta [...] è chiaro che a questo punto non si può più pensare alla cultura come a qualcosa che si articola secondo le imprescindibili e incorrotte necessità di uno Spirito che non venga storicamente condizionato dall'esistenza della cultura di massa [...] L'atteggiamento dell'uomo di cultura, di fronte a questa situazione, deve essere lo stesso di chi di fronte al sistema di condizionamenti “era del macchinico industriale” non si è posto il problema di come tornare alla natura, e cioè prima dell'industria, ma si è chiesto in quali circostanze il rapporto dell'uomo al ciclo produttivo riducesse l'uomo al sistema, e come invece occorresse elaborare una nuova immagine di uomo in rapporto al sistema di condizionamenti; un uomo non liberato *dalla macchina ma libero in rapporto alla macchina*. (Eco 1964: 10-11).

Per queste ragioni:

Occorrerà discutere i vari problemi partendo dall'assunzione, storica e antropologico-culturale a un tempo, che con l'avvento dell'era industriale e l'ascesa al controllo della vita associata delle classi subalterne, si stabiliva nella storia contemporanea una civiltà dei *mass media* [...] tutto questo non esclude il giudizio severo, la condanna, l'atteggiamento rigoristico: ma esercitati rispetto al nuovo modello umano, non in riferimento nostalgico a quello vecchio (Eco 1964: 30-31).

### *b.3. Dal valore estetico alla forma (socio)semiotica*

Con Eco si condivide la necessità di un'estetica che prenda in analisi i messaggi-merci che si diffondono in maniera sempre più capillare nell'epoca dell'industria culturale e della comunicazione di massa - e di considerare questo stesso contesto di produzione e consumo come *medium* per una loro esperienza

estetica<sup>56</sup>. Allora, come spiega Lorusso (2014: 8), qualsiasi prodotto culturale deve essere colto all'interno del "circuito sociale dei media [...] che non può trascurare il polo della ricezione, non come luogo degli effetti causati dai media, bensì come spazio di gioco e di rilancio dei prodotti mediatici stessi".

Tuttavia, proprio nell'evidenziare il complesso sistema di relazioni tra attori ed elementi che concorrono nella valorizzazione estetica del messaggio-merce, ci si vuole spingere oltre. Si vuole avanzare l'ipotesi (che è anche la nostra tesi) che per comprendere i codici socio-culturali su cui si basa la comunicazione, lo scambio e il valore estetico dei nostri oggetti mediali è necessario passare da un'*estetica della comunicazione* ad una *teoria della significazione*: "Non un'analisi, dunque, in termini di contenuti o effetti, ma un'analisi delle *forme* che presiedono alla circolazione sociale dei testi" (ivi: 9, *corsivo nostro*)<sup>57</sup>.

Riprendendo proprio l'esempio di Eco sulla pop art, ma discostandoci parzialmente dalla posizione dell'autore, abbiamo già visto in precedenza (cfr. 5.8) come l'arte pop non benefici tanto del prestito o della rappresentazione di oggetti industriali già dati, quanto piuttosto adegui la propria *forma* a quella tipica della (ri)produzione in serie delle merci. Più in generale, si è appena visto come l'arte, proprio nel movimento autoriflessivo che la contraddistingue, tenda sempre di più a (ri)produrre una serie di opere-feticcio (al pari di quelle della cultura di massa) che non significano nulla se non se stesse, il proprio *modus operandi*, le cause formali della propria riproduzione e valorizzazione.

Più che di fronte a una dialettica, ci si trova allora di fronte a un processo di omologazione tra pop art e cultura pop, tra cultura superiore e cultura di massa.

---

<sup>56</sup> A sostegno della propria tesi, non a caso Eco porta l'esempio di un mezzo di comunicazione allora piuttosto recente, ma già altamente significativo quale la televisione (a cui sarà dedicato l'intero capitolo 9): "Nessuno pensa che vi sia una regola eterna e canonica del bello, e le definizioni di una società del bello e dell'artistico, del piacevole e dell'estetico, dipendono strettamente da uno sviluppo dei costumi e dei modi di pensare. Ed ecco in che termini una riflessione sulla TV come fenomeno sociologico interessa anche l'estetica [...] il fatto che determinate immagini vengano trasmesse su uno schermo di dimensioni ridotte, in date ore del giorno, per un pubblico che si trova in determinate condizioni sociologiche e psicologiche [...] non costituisce un fenomeno accessorio che non ha nulla a che vedere con una inchiesta sulle possibilità estetiche del mezzo impiegato. Anzi. È proprio questo specifico rapporto che qualifica tutto il discorso televisivo, e da questo rapporto un'analisi seria non può prescindere [...] solo alla luce di questo quadro si potrà parlare di cosa significhino i "valori estetici" di una trasmissione televisiva (ivi: 322-*succ.*)

<sup>57</sup> Nella stessa raccolta di saggi in occasione del cinquantenario di *Apocalittici e integrati*, Ferraro (2014: 106-107) sottolinea che "questo libro rappresenta il punto di passaggio dal modo di vedere tipico dello studioso di estetica [...] a una prospettiva più propriamente semiotica [...] Il mutamento lo noterei innanzitutto nella transizione, appunto un po' sotterranea, dall'idea allora più *normale* di una lettura dei valori estetici a quello che potremmo dire il 'fascino della struttura', la scoperta dell'organizzazione e della logica costruttiva, ugualmente presente, e anzi spesso intrigante, anche nei prodotti di cultura non alta".

Entrambi i domini tendono a dare valore e identità ai loro prodotti solo in funzione delle connessioni reciproche con gli elementi delle rispettive serie, o nel rimando (per differenza o imitazione) agli elementi dell'altro dominio; in questo modo viene esaltata l'omologia tra i domini in quanto strutturati secondo la stessa forma seriale, la loro complementarità e circolarità e, di conseguenza, la sistematicità della cultura nel suo complesso<sup>58</sup>.

Così, da un lato, all'apocalittico viene giustamente criticato di considerare "l'avanguardia, l'arte 'superiore' [...] senza riserve come il regno del valore" (ivi: 82); d'altro lato ci troviamo fondamentalmente d'accordo con lo stesso critico che pensa che "il criterio del valore sia la non-diffusione e la non diffusibilità [...] in quel gioco dell'*in* e dell'*out*, per il quale non appena qualcosa, in origine riservato agli *happy few*, viene per questo apprezzato e desiderato da molti, esce dal giro delle cose valide" (ivi: 82-83). In questo caso, non si tratta di sostituire il "rilievo critico" con un "criterio snobistico" (ibid.). Anzi, d'accordo con Lorusso (2014: 114-115), "questa della 'successione degli standard' è a mio avviso una questione squisitamente semiotica e tutta da analizzare ancora in termini socio-semiotici [...] che sappia cogliere la funzione significanti dei suoi oggetti e delle sue forme nella loro circolazione sociale".

Difatti, pur non credendo in una sorta di origine trascendente del valore, in quanto concezione di un'arte divina e immacolata, allo stesso tempo non crediamo neppure che il valore possa conservarsi e rimanere attaccato così com'è all'oggetto nel sul passaggio da un livello all'altro; ancora meno che possa rinascere nel lavoro di risignificazione su questi stessi oggetti – si tratterebbe, anche in questo caso, di una sorta di immacolata concezione.

---

<sup>58</sup> Riteniamo che questo punto teorico debba essere in qualche modo approfondito attraverso il seguente *excursus*. Nel celebre saggio su *Superman* presente proprio in *Apocalittici e Integrati*, Eco (ivi: 253) afferma che "i contenuti ideologici [...] da un lato [...] si sostengono e funzionano comunicativamente grazie alla struttura [...] dall'altro lato, essi concorrono a definire la struttura che li esprime come una struttura circolare, statica, veicolo di un messaggio sostanzialmente immobilistico". A commento proprio di questo saggio, Colombo (2014: 50-51) individua un certo "piacere della ridondanza", difatti, "è iscritta nei prodotti una sorta di marca ideologica che consiste non tanto nello specifico contenuto, quanto piuttosto nella stessa struttura che viene proposta e riproposta [...] Forse non è un caso che lo sviluppo del web e in particolar modo dei social media abbia messo in crisi la svolta degli *audience studies*, e riporti in auge un modello di critica dell'ideologia della forma come quello applicato in nuce da Eco nel saggio su *Superman*". La "struttura" o la "forma" di cui parlano Eco e Colombo è proprio quella *seriale* che "esige una soluzione paradossale nell'ordine della temporalità" (Eco 1964: 234) proprio al fine di superare l'immobilismo e la staticità che la caratterizza. Riprendendo proprio tale questione, Marrone (2014: 62) afferma che "il problema di *Superman* è che per lui il tempo passa senza mai invecchiare [...] da qui il paradosso di *Superman*: è un eroe di consumo che non può consumarsi". Si tratta dunque di un consumo riflessivo, autoreferenziale e riproduttivo: una sorta di *cannibalismo* che andrà a caratterizzare un'intera stagione del fumetto italiano a partire dagli '70, capace di attraversare e superare il binomio tra cultura di massa e avanguardia.



Come detto più volte, il valore non è dato né dall'oggetto in sé in una sorta di feticismo ingenuo, né dal lavoro materiale o linguistico che lo sottende. Il valore si forma per differenza, distribuendosi secondo una stessa *forma* (relazionale, seriale) e in funzione del medesimo principio di scambio, lungo diversi livelli e domini di un sistema socio-culturale. Così, se un oggetto culturale assume un determinato valore e fascino feticistico è perché esso costituisce un materiale semiotico di scambio con gli elementi di uno stesso dominio e di riflesso per i membri di un certo gruppo sociale<sup>59</sup> – e non potrà esserlo per un altro, a costo di perdere quel valore feticizzato per assumerne uno nuovo<sup>60</sup>.

Si tratta di un criterio estetico e semiotico valido tuttora, in un'epoca in cui l'ambiente esperienziale, culturale e sociale è sempre più saturato dalla presenza di media, assorbito e integrato nell'ambiente mediale, secondo il principio e le logiche della comunicazione.

---

<sup>59</sup> Ogni gruppo sociale difatti, “seleziona (non necessariamente con intenzione) e stabilizza come tali delle forme-feticcio che diventano significative in quanto segni di prestigio e riconoscimento, usandole dunque come segni – dice Eco -, ‘significanti convenzionali’ di un qualche valore” (Lorusso 2014: 113)

<sup>60</sup> Non è un caso allora che lo stesso Kitsch si definisca più propriamente per “l’incapacità di fondere la citazione nel contesto nuovo: e di manifestare uno squilibrio nel quale il riferimento colto emerge provocatoriamente, ma non è intenzionato come citazione, è contrabbandato come invenzione originale, e tuttavia sovrasta sul contesto, troppo debole per sopportarlo, troppo difforme per accettarlo e integrarlo. In tal caso definiremo, in termini strutturali, il Kitsch come lo stilema avulso dal proprio contesto, inserito in un altro contesto la cui struttura generale non ha gli stessi caratteri di omogeneità e di necessità della struttura originaria” (ivi: 110) – ma ciò non impedisce comunque all’elemento di costituire una nuova poetica, forma estetica (il Kitsch appunto) o più generalmente un nuovo codice, in funzione del quale può assumere un nuovo valore. Così, se l’intento del Kitsch è quello di un’imitazione dell’*effetto* artistico, per il lettore più critico il suo effetto di senso è quello di una rivelazione delle *cause* formali che ne sostengono lo stesso effetto.

**Parte II**  
**Rimediazione**

## 6. Estetica dei media

### 6.1. Estensioni e amputazioni

Il contributo di Marshall McLuhan (1964) allo studio dei media e della comunicazione è sicuramente tra i più brillanti e preziosi. È lui a portare avanti la definizione di *medium* in quanto costruito artificiale che si presenta come “protesi” dei nostri sensi ed “estensione” della nostra facoltà estetica di esperire il mondo.

McLuhan parte dalla convinzione che “la portata dell’uomo deve andare oltre la sua presa, altrimenti a che serve la metafora?” (ivi: 18). Secondo McLuhan i media si presentano come metafore, ossia come strumenti che permettono all’essere umano il rimando a qualcosa al di là della propria presa estetica immediata. Allo stesso tempo, l’oggetto a cui la metafora rimanda può essere afferrato solo nella specifica forma della sua esperienza mediata. In questo senso, la parola parlata è stato il primo medium grazie al quale l’essere umano ha potuto “lasciare andare il suo ambiente per afferrarlo in modo nuovo [...] evocare e recuperare in ogni istante il mondo intero”<sup>61</sup> (ibid.) Ed è proprio per la loro capacità di *tradurre* l’esperienza in forme nuove, che i media si presentano come “metafore attive”. Riecheggiando Dewey, i media per McLuhan sono dunque particolare mezzi attraverso cui ampliare la nostra presa estetica e conoscitiva sul mondo, traducendo (mediando) tale esperienza nella forma prevista da questi stessi mezzi.

Partendo da questi presupposti, McLuhan conia la celebre espressione *the medium is the message*, proprio a sottolineare come l’estensione mediale della nostra sensibilità si caratterizzi più per il suo autonomo potere percettivo e formativo che per i contenuti percepiti e messi in forma di volta in volta:

Il medium è il messaggio: le conseguenze individuali e sociali di ogni medium, cioè di ogni estensione di noi stessi, derivano dalle nuove proporzioni introdotte nelle nostre questioni personali da ognuna di queste estensioni o da ogni nuova tecnologia. Il messaggio di un medium o di una tecnologia è nel mutamento di proporzioni, di ritmo o di schemi che introducono nei rapporti umani. (ivi: 16)

Questa definizione è utile a ribadire che l’effetto trasformativo è tale proprio perché non è limitato alla condizione e alla facoltà estetica del singolo soggetto, ma

---

<sup>61</sup> La funzione dei media come estensione della facoltà estetica oltre i limiti naturali e individuali è omologa a quella svolta dai *mediatori* nel regolare e dare continuità ai processi di localizzazione e globalizzazione del senso dell’esperienza (si veda capitolo 2)

si estende a livello collettivo al punto che “i nuovi media e le nuove tecnologie con cui amplifichiamo ed estendiamo noi stessi costituiscono una sorta di enorme operazione chirurgica collettiva sul corpo sociale” (ibid.). Difatti, prima che le facoltà estetiche di ciascun individuo, ciò che i media trasformano è proprio l’ambiente a cui si associano per permetterne l’esperienza del senso comune estetico.

Ciò, ci permette di leggere la celebre espressione di McLuhan anche in direzione inversa, ponendo l’attenzione su come sia il messaggio a diventare medium, ovvero su come il mondo esperito e trasformato attraverso i media diventi un nuovo ambiente, un nuovo medium appunto, *di cui e attraverso* cui fare esperienza. Per questi motivi, “dire che ogni tecnologia o estensione dell’uomo crea un nuovo ambiente è una maniera ancora migliore per dire che il medium è il messaggio” (Granata 2012: 23).

È difatti implicita in McLuhan quella che potremmo definire una prospettiva ambientale, per certi versi “coloniale” dei media. Il prolungamento dei nostri sensi attraverso i media è prima di tutto un’estensione in senso spaziale: progressiva conquista e addomesticamento del mondo attraverso le nostre protesi tecnostetiche e la sua trasformazione in “un ambiente tecnologico che non è soltanto un contenitore passivo, bensì un processo attivo che rimodella gli uomini” (McLuhan 1964: 20). Si passa così dal mezzo al medium, da un processo di estensione unidirezionale alla costituzione di “luoghi comuni” (Ortoleva 2009: 227), dal momento che i media costituiscono “uno spazio di senso sul quale si innestano abitudini, comportamenti, modi di pensare e agire” (Granata 2012: 16-17).

Tale estensione dell’essere umano verso l’ambiente mondo dunque implica sempre una sorta di effetto *feedback*. Tuttavia, non si tratta di un vero e proprio scambio, di una reciprocità equilibrata tra organismo umano e mondo attraverso il medium. Difatti è il medium a divenire progressivamente l’unico polo di attrazione dello scambio - campo magnetico che dà luogo a un cortocircuito. Il meccanismo di feedback non ripristina mai una simmetria della relazione soggetto umano-oggetto mondo, ma tende a convergere riflessivamente sul medium di questa relazione.

Come afferma Granata (2012: 29), “nella partita a due sempre aperta tra l’uomo e il mondo, l’*homo aestheticus* tratteggiato dall’ecologia dei media non *usa* i media come fossero strumenti, bensì *vive* nei media in quanto ambienti”. Sulla stessa linea, Strate afferma che (2007: 382), “tutto ciò che estende un organismo si frapponrà anche tra quell’organismo e il suo ambiente, ovvero medierà tra

l'organismo e l'ambiente; e tutto ciò che si frappone tra l'organismo e ciò che altrimenti sarebbe il suo ambiente diventa il nuovo ambiente dell'organismo".

È lo stesso McLuhan che esplora in maniera originale causa e conseguenze di questo cortocircuito. L'autore fa riferimento al mito greco di Narciso, sottolineandone l'etimologia: *narcosis*, ovvero "narcosi", "torpore". Tale riferimento è finalizzato a dimostrare come l'estensione speculare del sé (la propria immagine riflessa nel medium dell'acqua) rischia di attutire le proprie percezioni "sino a fare di lui [Narciso] il servomeccanismo della propria immagine estesa o ripetuta [...] Narciso era intorpidito. Si era conformato all'estensione di se stesso divenendo così un circuito chiuso" (McLuhan 1964: 44).

Nella delega delle facoltà estetiche ai media, che ne riproducono gli effetti di senso attraverso i propri modelli, si può sancire il progressivo assorbimento (e sostituzione) dell'umano nella propria riproduzione mediale, nella propria immagine che si riverbera attraverso il medium. In altre parole, nella conquista dell'ambiente ne usciamo assorbiti dall'ambiente stesso. In McLuhan, dunque, quello di Narciso non è propriamente un mito sull'amore (*narcisistico*) del soggetto verso se stessi - un'unione o un ricongiungimento col sé sancito ingannevolmente dal riflesso della propria immagine-oggetto; piuttosto è un racconto sulla perdizione e dissoluzione del sé nella profondità della propria estensione mediale. Come affermato da Baudrillard (1979: 74), "lo specchio d'acqua non è una superficie di riflessione, bensì una superficie di assorbimento"

L'elemento dell'immagine riflessa nell'acqua può essere analizzato facendo riferimento al lavoro Jacques Lacan (1974). Lo "stadio dello specchio" corrisponde a quella fase del/la bambino/a tra i sei e i diciotto mesi quando, ancora instabile e non in totale controllo delle proprie capacità motorie e propriocettive, si imbatte nella propria immagine lungo una superficie riflettente. È questo il momento decisivo dell'identificazione primaria, del riconoscimento di sé attraverso la propria figura riflessa.

Tuttavia, lo stesso Lacan afferma che l'esperienza del sé, l'identificazione e unione con la propria immagine riflessa, è sempre controbilanciata da una frattura. Il soggetto può infatti cogliersi solamente soltanto dall'esterno in quanto oggetto della sua visione. Nello specchio appare un'unità che non sarà mai proprietà del soggetto, ma costituita esternamente. Nasce in questo modo l'amore per ciò che si vorrebbe essere, la fissazione di un'immagine che il soggetto ricercherà per tutta la vita senza mai congiungersi ad essa: uno scarto insormontabile, fonte di una lacerazione alienante.

Nasce così anche l'invidia per chi (o cosa) è invece è caratterizzato dalla pienezza, dall'assenza di questa lacerazione. È qui che entra in causa l'oggetto. Secondo Baudrillard, l'oggetto non ha desiderio (inteso lacanianamente come mancanza), non è ossessionato dalla ricerca del proprio sé ideale, incastrato nell'immaginario dello specchio:

L'oggetto non conosce lo stadio dello specchio [...] esso è lo specchio. È ciò che rimanda il soggetto alla sua trasparenza mortale. E se può affascinarlo e sedurlo, è proprio perché non brilla di una sostanza e di un significato proprio. L'oggetto è puro e sovrano perché è ciò su cui la sovranità dell'altro giunge a spezzarsi e a prendersi con la sua stessa esca. (Baudrillard 1983: 127-129)

È questa la "vendetta del cristallo" (ibid.), dello specchio, dell'oggetto (e in questo caso specifico, del medium) perpetrata grazie alla sua indifferenza verso il soggetto. Il suo potere sovrano, assoluto, sta proprio nell'emanciparsi dal ruolo di parte alienata e subordinata al soggetto che vi ci si proietta: "il soggetto è fragile, non potendo che desiderare, mentre l'oggetto si fa forte proprio dell'assenza di desiderio" (ivi: 102). Quest'ultimo non mira a ricongiungersi (e identificarsi) con il soggetto, non *vuole* diventare altro ma ironicamente rimanere se stesso - ed è in forza di questa sua ironia e autonomia che l'oggetto *seduce* il soggetto, lo cattura e lo narcotizza: "Essa [l'ironia] non è più una funzione del soggetto, è una funzione oggettiva, quella del mondo oggettuale e artificiale che ci circonda, e in cui si riflette l'assenza e la trasparenza del soggetto" (Baudrillard 1995: 79).

Ciò ci permette di avanzare una nuova concezione dell'esperienza estetica. La forza seduttiva dell'oggetto (o del medium) è notevolmente ampliata quando questo rompe la propria catena ermeneutica, quando inverte e perverte il rinvio e l'estensione verso qualcos'altro, per ripiegarsi su se stesso, esibendo la propria autonomia e indifferenza, l'immanenza della propria esistenza e presenza. Così, nell'esperienza estetica il soggetto non ritrova se stesso, ma "si fa sedurre, risucchiare e assorbire dalla sua controparte oggettiva proprio in virtù del suo essere oggetto" (Angelucci 2017: 159).

In questa deriva di una delle categoria fondanti del pensiero occidentale moderno, è solo il soggetto il termine che si significa in relazione all'oggetto, mentre quest'ultimo si muove autonomamente, lungo la propria orbita eccentrica "Alla funzione critica del soggetto è succeduta la funzione ironica dell'oggetto [...] il soggetto non è più padrone della rappresentazione (*'I'll be your mirror!*'), ma l'operatore dell'ironia oggettiva del mondo" (Baudrillard 1995: 79).

Il cortocircuito dell'oggetto e della sua esperienza è lo stesso che caratterizza i media e l'esperienza estetica attraverso di essi. Ed è in questo senso che secondo lo stesso McLuhan, l'effetto di ogni medium è quello di estendere, esternalizzare e, al contempo, amputare alcuni organi, sistemi, narcotizzandone le facoltà estetiche.

A tale proposito risulta suggestivo il lavoro di Bignell (2000), che ipotizza un'omologia tra la dinamica feticistica che si gioca attorno alla barra di significazione in Baudrillard e il feticismo lungo la linea di sutura lasciata dall'amputazione delle nostre protesi in McLuhan.<sup>62</sup> In entrambi i casi, si tratta della formazione di sistemi conchiusi di oggetti, di serie di elementi segnici o mediali, dai quali il soggetto è attirato, integrato e, al contempo, ignorato, escluso.

Il soggetto alienato dallo specchio lacaniano tenta di superare la propria mancanza, di fatto reiterandola, nel passaggio da un termine all'altro della serie (da un significante all'altro nell'Ordine Simbolico), declinando il proprio desiderio in termini di passione per la chiusura perfetta di un codice, per la sutura della propria amputazione che marca ulteriormente il segno di questa lacerazione. Si tratta di "oggetti-feticci, sempre inseriti in un sistema di montaggio e smontaggio, in un codice, e pertanto circoscritti, oggetti possibili di un culto rassicurante. Alla grande linea di rottura della castrazione si sostituisce la linea di demarcazione tra elementi/segni" (Baudrillard 1972: 88).

Spostando la propria critica verso lo stesso campo mediale indagato da McLuhan, Baudrillard rileva questo aspetto di frammentazione e separazione feticistica nella forma che soggiace i media e le comunicazione di massa. L'autore muove da una critica alle teorie dei media di stampo marxista (in primis la Scuola di Francoforte). Questo paradigma di studi critici, pur riconoscendo la produttività diretta dei mezzi di comunicazione, li considera, al pari di qualsiasi macchina, semplicemente come potenziali strumenti di liberazione che occorre prima liberare dalla confisca capitalista, per poi nuovamente "imprigionarli nella metafisica rivoluzionaria" (Baudrillard 1972: 163). In particolare, Baudrillard si concentra sul lavoro di Enzensberger (1970) che sottolinea come l'ordine capitalista riduce i media a un semplice "strumento di distribuzione" mentre l'obiettivo rivoluzionario sarebbe quello di farne un vero e proprio "strumento di comunicazione": la solita ossessione marxista di strappare gli oggetti al valore di scambio e di restituirli al proprio valore d'uso - commenta Baudrillard (1972: 164).

Secondo quest'ultimo, così come nel caso delle merci, la realtà dei media non sta nel loro contenuto (valore d'uso) alienato, ma è unicamente nella forma (valore

---

<sup>62</sup> Per un altro interessante confronto tra McLuhan e Baudrillard si veda Genosko 1999.

di scambio) che questi assumono: così, l'ideologia non esiste prima di venire riprodotta e ritrasmessa dai media attraverso i contenuti, ma coincide con la stessa forma in cui si strutturano questi stessi contenuti.

Più di preciso, l'ideologia dei media di massa starebbe nel loro modo di operare e riprodurre un rapporto sociale che non è di sfruttamento o alienazione, “ma di astrazione, separazione e abolizione dello scambio” (ibid.). Difatti, ciò che caratterizza principalmente i media (perlomeno quelli di *massa* negli anni in cui Baudrillard scrive) è la loro intransitività, la preclusione della risposta, l'interruzione e l'asimmetria di quel meccanismo di *feedback* che dovrebbe garantire la circolarità dello scambio comunicativo con chi si pone fuori dal medium. Ed è lungo questa cesura ed amputazione del legame con il soggetto che prende forma l'autonomia e il feticismo dei media.

Il soggetto spettatore viene immerso in uno stato di pigrizia, narcosi, non reciprocità – da soggetti dotati di agency a consumatori passivi, ma egualmente riproduttivi. In questo modo, si può capire ancora meglio l'omologia tra comunicazione e consumo: contenuti medialità o prodotti di consumo non contano per la loro funzione specifica, ma in quanto elementi differenziali riproduttivi delle loro rispettive forme, e dei rapporti sociali che vi si riflettono e feticizzano.

## 6.2. Esplosione e implosione

In McLuhan, la dialettica tra estensione e amputazione non è solo una logica paradigmatica dei media, ma ha un sua realizzazione diacronica a seconda dell'avvicinarsi storico delle varie forme medialità. Il progetto dell'essere umano di estensione e di conquista dell'ambiente circostante attraverso le proprie protesi medialità sembra aver raggiunto il suo obiettivo o, se si vuole, compiuto il proprio destino nell'era delle comunicazioni elettroniche (e ancora di più oggi giorno nell'era del digitale):

Dopo essere esploso per tremila anni con mezzi tecnologici frammentari e puramente meccanici, il mondo occidentale è ormai entrato in una fase di implosione. Nelle ere della meccanica, avevamo operato un'estensione del nostro corpo in senso spaziale. Oggi, dopo oltre un secolo d'impiego tecnologico dell'elettricità, abbiamo esteso il nostro stesso sistema nervoso centrale in un abbraccio globale che, almeno per quanto concerne il nostro pianeta, abolisce tanto il tempo quanto lo spazio. (McLuhan 1964: 3)



Attraverso i media meccanici, le relazioni tra le cose del mondo venivano esperite come elementi frammentati in progressiva successione, ma mai del tutto integrati – vi era sempre un intervallo temporale a mediare tra un elemento e l'altro che ne garantiva la stessa successione. Con l'avvento dell'elettricità (e successivamente del digitale) si passa dalla successione lineare tipica della serie all'immediatezza e alla chiusura di una configurazione<sup>63</sup>:

La meccanizzazione [...] si attua sempre attraverso una frammentazione e un conseguente ordinamento seriale delle parti così ottenute. Ma che da una cosa segua un'altra non significa che questa ne derivi [...] Perciò ebbe tanta importanza la rivoluzione operata con l'elettricità, che pose fine alla sequenza rendendo i processi del tutto immediati. Si è passati dal mondo della sequenza e delle connessioni a quello della configurazione e della struttura creativa (ivi: 16)

Attorno all'*immediatezza* si gioca l'ambivalenza e il tratto feticistico di questa nuova configurazione. I dispositivi elettrici (e digitali) che si rendono protagonisti di questa transizione sono media *freddi*, che aprono allo spettatore e lo richiamano ad un maggiore lavoro di elaborazione del contenuto esperito. Un chiaro esempio di questa nuova relazione estetica è la televisione. Secondo McLuhan, per via della sua bassa definizione, "L'immagine televisiva ci chiede in ogni istante di "chiudere" gli spazi del mosaico con una convulsa partecipazione dei sensi che è profondamente tattile perché il tatto è un rapporto tra tutti i sensi" (ivi: 327).

Secondo McLuhan, e Baudrillard dopo di lui, a partire dalla televisione il paradigma estetico cambia totalmente. La distanza scenica dello sguardo va sempre di più riducendosi, sino a giungere ad una sorta di promiscuità oscena: contiguità tattile dell'occhio con l'immagine sullo schermo, al punto che "con la tv lo spettatore è lo schermo. Esso viene bombardato da impulsi leggeri" (ivi: 333).<sup>64</sup> È per queste ragioni che lo stesso McLuhan (1968: 26) afferma che, la televisione e i media in generale, "sono talmente penetranti [...] da non lasciare alcuna parte di noi intatta, vergine, immutata. Il medium è il massaggio".

Il medium è in continua ricerca della prova della nostra presenza, cerca il *contatto*, ci *tasta*, ci *testa*. L'interazione ravvicinata con questo risulta inevitabilmente in una *immediatezza* del meccanismo di feedback, al punto che

---

<sup>63</sup> Ci si occuperà più approfonditamente del rapporto tra serie e configurazione in merito ad alcune installazioni artistiche digitali (7.4) e alla nuova serialità televisiva (9.5).

<sup>64</sup> Sulla stessa questione, Baudrillard (1979: 224) sostiene che l'immagine televisiva, "non suggerisce niente, magnetizza, è solo uno schermo, o addirittura non lo è affatto: un terminale miniaturizzato che, in realtà, si trova immediatamente nella vostra testa – voi siete lo schermo e la tele vi guarda".

“oggiorno, azione e reazione sono quasi contemporanee” (McLuhan 1964: 16).<sup>65</sup> La risposta della spettatrice/utente non è data a seguito di un confronto mediato con il messaggio, ma è immediatamente avanzata dallo stesso medium. Si tratta dunque di una modalità di partecipazione e apertura troncata in partenza, preformata, che determina il cortocircuito dello scambio e del senso. La risposta dello spettatore si rivela essere direttamente racchiusa nello stimolo del medium, e dunque il coinvolgimento dell'interprete risulta del tutto strumentale alla riproduzione della forma mediale.

Certo, il lettore è in ogni caso una strategia di interpretazione del testo costruita dal testo stesso, un'istruzione testuale da seguire per collaborare alla costruzione del testo (cfr. Eco 1979). Tuttavia, se nel medium della scrittura esiste una distanza critica tra lettore e testo e, più nello specifico, una non sovrapposizione tra *Lettore Modello* e lettore empirico, nel caso della televisione e dei media digitali, lo spettatore-utente empirico è integrato materialmente nell'ambiente mediale non più in quanto strategia di interpretazione del messaggio, ma in quanto *tattica* di attivazione dell'operatività del medium.

Se generalmente si pensa che la macchina faccia semplicemente ciò che l'essere umano vuole fargli fare, è anche vero che quest'ultimo esegue solo ciò che la macchina è programmata per fare. In questo modo, l'utente “è operatore della virtualità, e il suo procedimento è solo in apparenza quello di informarsi o di comunicare, in realtà consiste nell'esplorare tutte le virtualità di un programma, come il giocatore punta a esaurire tutte le virtualità del gioco” (Baudrillard 1990: 65).

Come visto in precedenza, è proprio in questo movimento circolare e autoreferenziale che la comunicazione si esplicita non tanto come funzione dei media, ma in quanto principio operativo: “l'informazione e la comunicazione tornano sempre su stesse, in una circonvoluzione incestuosa, in una indistinzione superficiale del soggetto e dell'oggetto, dell'interno e dell'esterno, della domanda e della risposta” (ivi: 65).<sup>66</sup>

Il passaggio alla tattilità, e il conseguente assorbimento del soggetto nell'ambiente mediale in quanto suo terminale operativo, segna la fine

---

<sup>65</sup> Lo stesso Virilio (1997: 44) parla della nostra contemporaneità come un momento storico “monocronico”, caratterizzato dalla compressione di spazio e tempo in un unico momento di instantaneità: “tempo congelato nell'istante reale delle trasmissioni televisive in diretta”. In questo modo, sia passato che futuro vengono assorbiti dall'istante del tempo sempre presente. L'era della comunicazione satellitare abbatte ciò che Virilio definisce “l'intervallo della comunicazione” (ivi: 53), ovvero la distanza di tempo e di spazio tra l'atto dell'enunciazione e l'atto della sua ricezione ed interpretazione.

<sup>66</sup> Il passaggio dalla comunicazione all'informazione verrà formulato più approfonditamente nell'*Intermezzo II*.

dell'egemonia del senso della vista, di quella distanza scenica che faceva del medium una superficie di riflessione. Si passa definitivamente dalla fase dello specchio alla "fase dello schermo", come superficie di "rifrazione estatica che non ha più niente dell'immagine, della scena, o della teatralità tradizionale, che non serve affatto a giocare o a contemplarsi, ma *a essere innestato su stesso*" (1986: 34).

Ed è proprio questa saturazione delle distanze e dei tempi il fattore cruciale di cambiamenti che vanno al di là della condizione e della facoltà estetica del singolo soggetto, per compiersi ed esaurirsi a livello sociale. Alla relazione sociale mediata dallo scambio, si sostituisce l'ideologia social(e) della connessione e del contatto immediato. L'implosione dei contenuti, il cortocircuito del senso, e l'assorbimento della dialettica della comunicazione nella circolarità del proprio modello si riflette nell'implosione del sociale nel flusso. Come afferma sempre Baudrillard (ivi: 46), "La comunicazione non è questione di parlare, ma di *far* parlare la gente [...] 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"<sup>67</sup>. Così, l'azione inclusiva del medium, l'apertura verso il proprio pubblico si riduce ad una manipolazione di quest'ultimo: modellizzazione dell'esperienza partecipativa e corto-circuito della comunicazione nella sua forma mediale.

Nell'equivalenza tra medium e messaggio, difatti, non è solo quest'ultimo ad implodere, ma lo stesso medium. Non esistono più media nel senso letterale del termine: i mezzi di comunicazione non mediano più tra due poli, ma determinano l'assorbimento di un polo nell'altro; allo stesso tempo, non esiste più senso, inteso letteralmente come vettore che si dirige da un polo all'altro della comunicazione (cfr. Baudrillard 1983: 102-103). Ecco perché la partecipazione mediale non è

---

<sup>67</sup> Si tratta di un meccanismo di manipolazione che opera anche al di fuori del panorama più strettamente mediale. È il caso, analizzato da Baudrillard (1981) del Beaubourg di Parigi, centro culturale e al contempo *medium* di una dissuasione della cultura: "La dissuasione culturale si realizza nell'immediato svelamento di ogni segreto sul piano livellato, senza asperità, della trasparenza [...] il suo intreccio di tubi e il suo aspetto di sede di mostre o di fiere universali, con la sua fragilità che dissuade da ogni mentalità e 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 [...] Circolando nello spazio della trasparenza, essa [la massa] viene convertita in flusso" (ivi: 30 - 34). Il flusso dei visitatori è simulazione e non rappresentazione del sociale poiché il transito non allude a nessun significato/referente, ma esclusivamente all'esposizione del flusso in sé: campo magnetico che attira altri visitatori: "questa modalità esperienziale non ha alcun obiettivo culturale, nessun significato oltre la sua mera esecuzione" (ibid.). È il caso anche di dispositivi più strettamente politici come il *referendum*, che mette alla prova il sociale in quanto suo *referente*, testandolo e traducendo le contraddizioni reali nel proprio gioco di risposte binarie, (cfr. Baudrillard 1976: 75-76)

nient'altro che compimento e mistificazione ideologica dell'intransitività degli stessi media, della loro preclusione ad una risposta reale.

I cambiamenti del paradigma estetico e sociale apportati dai nuovi media hanno risvolti ancora più vasti ai tempi della globalizzazione – anzi, sono essi stessi agenti principali di questo processo. La rapida diffusione di questi media su scala mondiale non lascia più margine di estensione e ha riportato a ciò che McLuhan definisce una “tribalizzazione”<sup>68</sup> del mondo e della società: “L'elettricità ha ridotto il globo a poco più che un villaggio e, riunendo con repentina implosione tutte le funzioni sociali e politiche, ha intensificato in misura straordinaria la consapevolezza della responsabilità umana (McLuhan 1976: 23).

Come sottolinea Altobelli (2017: 111), l'intero mondo diventa così una sorta di “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”.

Questa *ipervisibilità* non è solo un attributo, ma è condizione di esistenza di ogni evento mediale che si voglia mondiale. Si tratta di una condizione di *oscurità* tipica della nostra contemporaneità che non lascia alcun margine spaziale e temporale per una interpretazione critica (nel senso di capacità di distinzione prospettica tra reale e scena mediale), ma obbliga ad una decifrazione immediata dell'oggetto mediale, nonché la costruzione della realtà attraverso la propria comunicazione. Di conseguenza, lo scenario è quello di un “Pianeta Terra fatto luogo d'irradiazione di segnali e immagini per la pura circolazione di una comunicazione senza contenuto” (Altobelli 2017: 120).

L'ossessione moderna di oggettivare, di dare senso umano, visibilità e trasparenza all'esperienza del mondo attraverso i media ha condotto verso una trasparenza radicale, un'ipervisibilità che non lascia più alcuna zona d'ombra, distanza critica, differenza significativa. La progressiva operazione chirurgica di estensione, integrazione, purificazione mediale del corpo umano e sociale nel corpo del mondo è dunque anche un'operazione semiurgica di *positivizzazione*, ovvero di amputazione dei tratti negativi e differenziali che costituivano il materiale di scambio significativo ed estetico tra l'essere umano e ambiente.

Così le nostre protesi estetiche non incanalano più il *gusto*, ma diventano fonte di *disgusto*, non sono più strumenti di un *progetto*, ma operatori del proprio *rigetto*,

---

<sup>68</sup> È un termine che suona sicuramente coloniale, soprattutto se messo a confronto con il processo evolutivo, positivista, di “civilizzazione” occidentale portato avanti da media quali la scrittura alfabetica e la stampa. Tuttavia, esso ha il merito di sottolineare la reversibilità (e quindi di criticare il carattere positivista) di questo processo di civilizzazione una volta raggiunto il proprio culmine.

non costituiscono più un'*estensione*, ma operano un'*autoamputazione* del nostro corpo:

Espropriati dei nostri desideri mediante la loro stessa realizzazione. Contemporaneamente assorbiti, introiettati e totalmente espulsi [...] La nostra cultura sembra realizzare una brillante sintesi tra le due, tra l'integrazione più spinta, quella delle funzioni, degli spazi, quella degli uomini, e l'espulsione più radicale, il rigetto quasi biologico – dato che il sistema ci espelle, man mano che ci integra, in innumerevoli protesi tecniche. (Baudrillard 1995: 42)

Baudrillard si preme di sottolineare che non si tratta né di metafore né di fantascienza, ma della generalizzazione della teoria dello stesso McLuhan; solo che in McLuhan, tali estensioni (e amputazioni) sono concepite ancora in termini positivi, come strumenti di un progetto di universalizzazione dell'umano: le funzioni del corpo, seppur delegate tecnicamente, continuano a gravitare in modo *concentrico* attorno all'essere umano; al contrario, per Baudrillard, l'unica positività è quella dei media, sgravati dal confronto significativo con l'essere umano, si satellizzano e iniziano a circolare in modo *eccentrico* lungo le proprie orbite:

Siamo completamente in balia dell'illusione della finalità della tecnica, come estensione dell'uomo e dell'uomo e del suo potere, completamente in balia dell'illusione soggettiva della tecnica. Ma oggi questo principio operativo è messo in crisi dalla sua stessa estensione [...] le cose sono giunte a uno stadio parodico e al tempo stesso parossistico. Tutte le nostre tecnologie, quindi, sarebbero semplicemente strumenti di un mondo che crediamo di dominare, mentre è invece esso a imporsi attraverso questa apparecchiatura di cui siamo soltanto gli operatori (ivi: 77).

Così, con il passaggio dal visivo al tattile, dalla logica della distanza scenica a quella del contatto osceno, sembra esplicitarsi la dialettica tra estensione e amputazione, sino ad una totale sovrapposizione tra i due momenti. La sovraesposizione mediale delle cose del mondo difatti ne forza gli schemi al punto che "le cose si incaricano di illuminarsi ironicamente da sé, si sbarazzano facilmente del loro senso. Tutto ciò fa parte della loro concatenazione del visibile, troppo visibile, che crea da sola un effetto di parodia" (ivi: 79).

L'immediatezza e l'apertura delle nuove forme medialità così non è mai slegata da una componente di (iper)mediazione e chiusura riflessiva. Al culmine della sua

trasparenza, l'immagine mediale assume una sorta di opacità e densità letterale<sup>69</sup>: essa è ormai *indifferente* al mondo che *ri-vela* e di cui diviene immagine-feticcio.

---

<sup>69</sup> Dopo aver ricevuto una lettera da un uomo che diceva di essere stato sedotto dai suoi occhi, una donna, accecandosi, consegna letteralmente uno dei suoi occhi all'uomo. La crudezza del gesto della donna è tutta in un oggetto che si fa letterale, sottraendosi al gioco della significazione per precipitare in "un cortocircuito realista e crudele", in cui la donna trascina il soggetto per annientarlo. *La strategia fatale*, che dà il titolo al libro da cui è tratto il racconto, consiste nel porre un deciso *taglio* a ogni possibile rinvio, significato, estensione, trasparenza dell'occhio in quanto *specchio* dell'anima (dell'*essenza*).

## 7. La doppia logica della rimediazione

Se McLuhan individua due diverse tendenze come fasi lungo una sorta di storia evolutiva dei media, Bolter e Grusin concepiscono l'alternarsi di questi momenti come simultanei e paradigmatici di una doppia logica costitutiva dei media, al di là della loro specificità tecnica e collocazione temporale.

Si prenda l'esempio di una tecnologia contemporanea come la Realtà Virtuale (VR); si tratta di un medium la cui capacità di aprire e catturare la spettatrice-utente all'interno della propria realtà dipende dalla sua propensione a rendersi invisibile, ovvero del tutto *trasparente* sul mondo che ci permette di esperire. La paradossalità di questo meccanismo di immersività e immediatezza sta nel fatto che l'effetto di sparizione del medium avviene nel momento stesso in cui questo si pluralizza, ovvero nel momento stesso in cui l'ambiente esperienziale è progressivamente saturato e reso *opaco* dalla presenza di numerose forme mediali, strutturato attraverso le relazioni tra questi media (cfr. 7.4.).

Questa doppia tendenza alla trasparenza e all'opacità tipica dei media è ciò che Jay David Bolter e Richard Grusin (1999) definiscono come doppia logica della *rimediazione*<sup>70</sup>. Si tratta di una logica che trova nella nostra contemporaneità la sua piena maturità, il proprio compimento. Secondo gli autori, “la cultura contemporanea vuole allo stesso tempo moltiplicare i propri media ed eliminare ogni traccia di mediazione. Idealmente, vorrebbe cancellare i propri media nel momento stesso in cui li moltiplica” (ivi: 29).

Nel riscontrare la logica della rimediazione – e la doppia tendenza alla *immediatezza* e alla *ipermediazione* - in ogni nuova occorrenza mediale, il merito di Bolter e Grusin è quello di mettere in discussione la presunta linearità positivista dell'evoluzione dei media. I nuovi media digitali non rappresentano così una vera e propria rottura con il passato, ma anzi, entrano in relazione sincronica e diacronica con altri media. Rimodulando il celebre aforisma di McLuhan, Bolter e Grusin definiscono la rimediazione come “la rappresentazione di un medium all'interno di un altro” (ivi: 73) e i nuovi media si caratterizzano proprio per la capacità di esplicitare questo principio operativo.

---

<sup>70</sup> Come sottolinea Alberto Marinelli, nella prefazione dell'edizione italiana di *Remediation: competizione e integrazione tra media vecchi e nuovi* (Bolter e Grusin 2003), il concetto di *rimediazione* avanzato dai due autori è parente stretto della nozione di *mediamorfosi* coniato da Fidler nel suo *Mediamorphosis. Understanding new media* (1997): seppur con sfaccettature diverse, entrambi i termini tentano di descrivere le ibridazioni e le mutazioni reciproche operate dai media.

### 7.1. Verso l'immediatezza del reale

Ritornando al caso della VR, possiamo affermare che, attraverso il coinvolgimento tattile del corpo del fruitore, essa intrattiene una relazione con altri media del passato che hanno tentato di riprodurre un effetto estetico di immersione. A tale proposito, Bolter e Grusin affermano che “l’interfaccia perfetta è quella nella quale l’utente, indossando un casco virtuale, prova la sensazione di passare attraverso la ‘finestra dell’Alberti’” (ivi: 192), per finire integralmente nel mondo della rappresentazione.

La VR può considerarsi quindi una rimediazione della pittura prospettica, con la quale condivide la capacità di rendersi in qualche modo trasparente rispetto allo spazio della rappresentazione. Come sottolinea Panofsky (1927), prospettiva vuol dire “guardare attraverso”, ed è questa sua operatività che le permette di presentarsi “come una finestra aperta attraverso la quale il soggetto da dipingere può essere osservato”. In altre parole, la prospettiva lineare è la tecnica, il medium, che per prima ha cercato di rendersi invisibile dando un senso di immediatezza all’oggetto della rappresentazione.

Così come nel caso della realtà virtuale, tale capacità di rendersi trasparente è data dall’omogeneizzazione di una pluralità di punti di vista in unico *frame* mediale, in un’unica cornice. Tuttavia, se da un lato la cornice contribuisce a costruire quell’effetto di trasparenza, così da agevolare la visione prospettica, dall’altro essa marca il carattere illusorio della stessa rappresentazione e porta avanti la funzione presentativa dell’opera (cfr. Marin 1994). La cornice si presenta infatti come un elemento mediale e semiotico volto a esprimere un certo effetto di senso non solo estetico, ma soprattutto discorsivo e sociale: ciò che conferisce all’opera il proprio statuto artistico o, più semplicemente, il proprio statuto di medium.

Bryson (1983) mette in evidenza un altro aspetto di questa ambivalenza del medium pittorico. Ciò che viene nascosto in primis è la superficie sulla quale si dipinge. In questo modo, il prodotto finale viene ri-velato come oggetto indipendente dal proprio processo produttivo, dal proprio artificio, e in continuità con lo spazio reale. Tale meccanismo *mimetico* è particolarmente evidente nella tecnica del *trompe l’oeil*, in cui il prodotto non sembra distinguersi, ma, al contrario, integrarsi totalmente con l’ambiente circostante di cui è una rappresentazione.



Tuttavia, come ricordano Bolter e Grusin, l'abilità dell'artista nel rendere invisibile il proprio processo di lavoro e, di conseguenza, se stesso, era diventata il tratto distintivo della presenza artistica, nonché marca della presenza del medium<sup>71</sup>.

La fotografia rappresenta il passo successivo di questa storia occidentale della rappresentazione, alla ricerca ossessiva della trasparenza del medium e dell'immediatezza dell'esperienza dell'oggetto rappresentato. Il medium fotografico può essere considerato una rimediazione della prospettiva lineare, verso un maggiore grado di accuratezza, rasente la perfezione. Il principio tecnico e semiotico dell'indessicalità è ciò che di fatto determinava l'irrelevanza del sofisticato dispositivo tecnico e dello stesso fotografo/artista, in favore dell'oggetto-prodotto che appariva come una riproduzione perfetta del reale, così com'è o, meglio ancora, così com'era.

Tuttavia, come vedremo ancora meglio nell'analisi del *selfie* (cfr. 8.3.), è proprio la componente indessicale – di *istanziamento* e astrazione dal flusso del tempo e del reale – ciò che conferisce alla fotografia il proprio valore simbolico e feticcio. In altre parole, la trasparenza del medium fotografico sulla realtà che riproduce è sempre correlata a una riflessione sulla stessa tecnica del medium, ovvero su ciò che rende la fotografia un oggetto culturale, intellegibile di per sé, indipendentemente non solo dal proprio autore-soggetto, ma anche dal proprio contenuto oggettivo, dalla realtà catturata nello scatto. In questo senso, “una foto può essere sia l'espressione del desiderio di immediatezza, sia la rappresentazione di questo desiderio” (Bolter e Grusin 1999: 143).

Questa riflessione sul proprio principio tecnico non è nient'altro che una forma di rimediazione: da un lato la fotografia rimedia la prospettiva e acquisisce la propria immediatezza e trasparenza non in relazione all'oggetto rappresentato, ma nel confronto con la trasparenza del medium pittorico; dall'altro, la fotografia analogica è a sua volta rimediata da quella digitale; in questo caso, ciò che ci rende consapevoli della pratica del fotomontaggio (e quindi del medium) è proprio il fatto che la fotografia tradizionale è un medium da sempre associato all'idea di trasparenza; tuttavia, per le stesse ragioni, questa stessa immediatezza della fotografia dovrebbe essere a sua volta relativizzata:

---

<sup>71</sup> Ne *Il grado zero della scrittura* (1953), Barthes porta avanti un ragionamento analogo, affermando che la maggior parte delle forme di realismo letterario, proprio nel tentativo di mascherare i procedimenti tecnici e letterari, rivelano “tutti i segni più spettacolari della fabbricazione”.

Per un secolo e mezzo l'evidenza fotografica è sembrata probativa e inattaccabile [...] un interludio di falsa innocenza è passato. Oggi nel momento in cui entriamo nell'era post-fotografica, dobbiamo ancora una volta confrontarci con l'irrimediabile fragilità delle nostre distinzioni ontologiche tra l'immaginario e il reale. (Mitchell 1994: 225).

Anche nel caso del cinema, si possono portare degli esempi e degli aneddoti utili a rileggere l'immediatezza del medium attraverso la logica della rimediazione. È ormai celebre la leggenda legata ad una delle prime proiezioni dei fratelli Lumiere, che vuole il pubblico spaventarsi e dileguarsi di fronte all'immagine di un treno che si dirige a gran velocità attraverso lo schermo verso la sala. Tuttavia, a partire da questo mito fondativo, l'idea del cinema come medium trasparente, volto a conferire un effetto di immediatezza nella riproduzione fotografica e realistica della realtà, è stata più volte oggetto di critica (cfr. 7.9.).

Il mito originario del treno non è un falso mito da sconfessare, ma nemmeno un principio incondizionato su cui basare il ruolo del cinema nella storia dei media in direzione di una progressiva trasparenza. Come dimostrato da Gunning (2003) e sostenuto dallo stesso Grusin (2017), lo stupore del pubblico non era legato alla credenza che il treno fosse reale; piuttosto, gli spettatori partecipavano ad un'*estetica della meraviglia* che emergeva dalla contraddizione tra ciò che il pubblico credeva e sapeva e ciò che poteva constatare con i suoi occhi – tra la consapevolezza di stare guardando un film in un teatro e la sorpresa nel percepire un'immagine che appariva e li colpiva come se fosse vera.

Così, l'effetto estetico del medium cinematografico, la sua immediatezza, era ulteriormente accresciuta dalla consapevolezza dell'esistenza dello stesso medium. Il fascino mistico, per certi versi feticistico, dell'immagine cinematografica non era dunque legata a ciò che ne poteva uscire fuori, al proprio contenuto, ma al senso estetico e al significato culturale attribuito dal pubblico al medium in cui era già immerso.

Una volta relativizzato il principio di trasparenza del medium cinematografico, è necessario metterne in dubbio lo stesso percorso evolutivo in direzione di una presunta immediatezza. Elsaesser (1998: 205) sostiene che “il formato fotografico può essere visto come un residuo del XIX secolo, come una manifestazione di una curiosa ossessione per le ‘impronte’. Oggi staremmo assistendo al passaggio da ciò che potremmo definire la modalità ottica (o fotografica) di produzione dell'immagine a quella digitale (post-fotografica)”.

Una tesi che Manovich (2001) radicalizza ulteriormente, affermando che il digitale piuttosto che una modalità post-fotografica, si presenta come una modalità

grafica autonoma, all'interno del quale rientra quella fotografica; per l'autore, il fotorealismo e la trasparenza dello schermo classico rappresentano addirittura una deviazione all'interno del naturale percorso del cinema.

Grusin (2017: 36) cerca di moderare tra queste posizioni, ricordandoci che l'introduzione di nuove importanti tecnologie, come quelle che segnarono il cinema delle origini e ne segnano la rivoluzione digitale oggi, tende a evocare retoriche simili. Così, piuttosto che spingerci necessariamente alla formulazione di una nuova teleologia del cinema, l'innovazione digitale dovrebbe invece essere affrontata alla luce delle similitudini con *le innovazioni del passato*. Questa ricostruzione serve a Grusin per ribadire la rimediazione come modello non solo per reinquadrare l'innovazione del cinema digitale all'interno del confronto con il cinema delle origini, ma per analizzare lo stesso cinema delle origini: "proprio come i nuovi media, il cinema delle origini, sin dal suo principio fu impegnato in una riconfigurazione o rimediazione di media precedenti" (ivi: 50).

Al pari dei nuovi media digitali, che si inseriscono prevalentemente all'interno di spettacoli di intrattenimento quali eventi sportivi, concerti e parchi divertimento, accrescendone e marcandone l'aspetto già oltremodo mediatizzato, i primi spettacoli cinematografici si configuravano all'interno di fiere e spettacoli (come il *vaudeville*) rafforzandone il formato del varietà, per cui brevi film erano sempre mediate da performance dal vivo.

Analogamente a quanto affermato da Manovich sullo schermo digitale, Hansen (1995: 138-139) sostiene che il *cinema delle attrazioni* preservava un "continuum percettivo tra lo spazio/tempo del teatro e il mondo illusionistico dello schermo, in opposizione alla classica separazione tra schermo e spazio del teatro con il suo regime dell'assenza e della presenza e la sua disciplina del silenzio, della passività incantata e dell'isolamento percettivo". Come riportato alla luce da Grusin, tale forma del cinema delle origini oltre ad essere proseguita dal cinema digitale è anticipata dal kinesiografo (fig. 4), una macchina della visione ideata da Thomas Edison, che per le sue caratteristiche è considerata parente diretta del cinema delle attrazioni.

Un altro scavo archeologico condotto dallo stesso Grusin ha portato alla luce un altro medium ideato da Edison e considerato al pari del kinesiografo un precursore del cinema: il Vitascope (fig. 5). Si tratta di una tecnologia che opera secondo una logica visuale molto diversa rispetto a quella del kinesiografo, dal momento che, piuttosto che marcare la presenza e la mediazione dello schermo nell'ambiente della sua esperienza, utilizza lo schermo come finestra trasparente sull'immaginario proiettato. Analogamente allo schermo del Vitascope, quello

del cinema classico hollywoodiano, “funziona come filtro per tagliare, o rendere inesistente tutto ciò che non rientra nei suoi confini [...] al cinema allo spettatore si chiede di fondersi completamente con lo spazio rappresentativo costituito dallo schermo” (Manovich 2001: 131).

Questa ricostruzione di Grusin, che cerca di mettere assieme i contributi di diversi autori, è volta a sconfiggere una presunta linearità nella storia del medium cinematografico, rintracciandone ricorsività nel corso del tempo, ma soprattutto estetiche contraddittorie coesistere nello stesso momento. In particolare, da un lato, la ricerca sul kinescope contraddice la presunta egemonia dello stile classico hollywoodiano, e della relativa estetica della trasparenza, confermando le posizioni di Manovich sul cinema digitale e riscontrandone un fondamento nel cinema delle origini e nella sua estetica delle meraviglie; d'altra parte, le ricerche sul Vitascope, “rivelano il modo in cui qualcosa come la logica dell'immediatezza trasparente del cinema classico fosse presente, anche se in modo subordinato, nel cinema delle attrazioni delle origini” (Grusin 2017: 54).



Fig. 4: Kinetoscopio



Fig. 5: locandina del Vitascope

Facendo un ulteriore passo in avanti, ritorniamo alla tecnica della VR. In questo caso, il fascino dell'esperienza (im)mediata non deriva da qualcosa che potrebbe attraversare lo schermo per arrivare direttamente all'utente. È invece l'utente che attraversa il medium per entrare e agire nello spazio della rappresentazione. L'immediatezza dell'esperienza è data dunque da un rafforzamento dell'effetto di immersività, che, a sua volta, è dato dalla possibilità di interazione offerta al fruitore.

A tale proposito, le immagini della VR di per sé non sono del tutto convincenti, nel senso che spesso sono caratterizzate da una bassa risoluzione e soggette a rischio *uncanny valley*<sup>72</sup> nel tentativo di aumentare la propria definizione e realistica; tuttavia, a differenza delle immagini in movimento del cinema (caratterizzate da un crescente livello di definizione), il movimento delle immagini virtuali non è autonomo, ma sincronizzato con quello delle proprie utenti. In questo senso, la VR si presenta come una rimediazione della soggettiva cinematografica, che non ha però bisogno di una rappresentazione visiva efficiente per poter azionare il proprio effetto di identificazione, ma le basta coordinare e sincronizzare l'operatività dell'utente con la propria: un processo che consente al consumatore di muoversi senza soluzione di continuità “between media you steer (interactive) and media that steer you (passive)” (Kelly e Wolf: 1997).

Come si vedrà più avanti (7.4), questa interazione con/dell'utente in qualche modo è strumentale ad accrescere la riflessività, la coerenza e l'autonomia e del frame unificato della VR, sia rispetto all'oggetto rappresentato ed esperito sia rispetto al soggetto che guarda ed esperisce attraverso una pluralità di dispositivi

<sup>72</sup> Il fenomeno teorizzato da Masahiro Mori (1970), secondo cui l'estremizzazione della trasparenza del medium e della realtà dell'immagine ne rivela l'artificio.

mediali. Per questi motivi, Bolter e Grusin (2003: 195) affermano che, a differenza del cinema, “la realtà virtuale può produrre un’esperienza capace di autenticarsi da sola”.

## 7.2. L’ipermediazione del reale e la realtà dell’ipermediazione

Nel ricostruire e decostruire come ciascun medium abbia cercato un grado di trasparenza e immediatezza progressivamente più elevato, ciò che si vuole mettere in evidenza è proprio che tale grado non può essere specifico del singolo medium, ma inevitabilmente legato al rapporto che ciascuno di questi intrattiene sia diacronicamente che sincronicamente con gli altri. Ecco come la logica dell’*immediatezza* e della *trasparenza* necessariamente presuppone (più o meno esplicitamente) quella opposta, ma complementare, dell’*ipermediazione* e dell’*opacità*: è questa la doppia logica della rimediazione.

Soprattutto nella cultura contemporanea, l’ipermediazione non è qualcosa che va necessariamente mistificata, in favore dell’immediatezza, onde evitare limitazioni all’esperienza immersiva dell’utente<sup>73</sup>. Ad essere rigorosi, non è mai stato così: la logica dell’immediatezza non ha mai convinto lo spettatore, in virtù un feticismo ingenuo e magico, che la rappresentazione corrispondesse esattamente a ciò che essa rappresenta. A maggior ragione, oggi, in cui siamo sempre più circondati e integrati da una miriade di media, la corrispondenza tra reale e mediale avviene lungo un piano più complesso, che chiama in causa entrambe le logiche della rimediazione.

L’ipermediazione è caratterizzata da uno stile visuale e interattivo che “privilegia la frammentazione, l’indeterminatezza, l’eterogeneità e [...] enfatizza il processo o la performance, piuttosto che l’oggetto artistico compiuto” (Mitchell 1994: 8). A differenza della VR, massimo esempio di immediatezza attraverso la cancellazione del suo impianto ipermediale, il World Wide Web è il medium contemporaneo che forse più di tutti esalta il proprio aspetto ipermediato e multimediale. Il Web non solo si materializza e accresce la propria capacità connettiva attraverso un numero crescente di apparecchiature mediali, ma in ciascuno di questi medium si esplica, visivamente e operativamente, attraverso una pluralità di finestre e connessioni ipertestuali, punti di vista e di interazione, senza

---

<sup>73</sup> Anzi, si è visto facendo riferimento a McLuhan come siano proprio i cosiddetti medium freddi (che esibiscono maggiormente la loro presenza e il loro ruolo di mediazione, rispetto che un prodotto già definito) quelli che creano maggiore coinvolgimento esperienziale e senso di immersione da parte della spettatrice-utente.

la necessità di una loro unificazione e naturalizzazione. Anzi, l'attenzione dell'utente è diretta proprio su questa molteplicità di frame, sulle varie interfacce grafiche e interattive attraverso cui è coordinata l'operatività del medium e della stessa utente.

In questa processualità, il web si presenta come una rimediazione della TV, non solo perché integra e assorbe al suo interno il medium televisivo, ma poiché, allo stesso tempo ne esibisce ed estremizza il suo aspetto ipermediale. È necessario ribadire che questo processo di rimediazione non segue un andamento lineare dalla TV al Web, ma si caratterizza per la propria circolarità<sup>74</sup>: è la stessa televisione che è incline a rimediare le tecnologie digitali per accrescere non solo la riflessività attorno al proprio status di medium, ma paradossalmente l'immediatezza dell'esperienza attraverso questa rimediazione.

Si prendano ad esempio le grafiche di numerosi programmi di news, soprattutto di reti statunitensi quali CNN e Fox - ma si tratta di una modalità grafica ormai ampiamente diffusa in tutto il mondo - nelle quali la *copertura* (e la *trasparenza*) di un qualsiasi fatto di cronaca ed evento avviene attraverso diversi finestre mediali, accostate o alternate in sovrapposizione, che possano offrire simultaneamente uno sguardo diverso sullo stesso evento (fig. 6). In questo caso, il senso di immediatezza non è dato dall'unificazione e omologazione di questi diversi frame, ma al contrario dall'esplicitazione della loro differenza e discontinuità, attraverso i quali poter esaltare la pluralità di queste estensioni del nostro sguardo sulla realtà. In questo caso, allora, "la logica dell'ipermediazione moltiplica i segni della mediazione e in questo modo cerca di riprodurre la ricchezza sensoriale dell'esperienza umana" (Bolter e Grusin 2003: 59).



Fig. 6: Ipermediazione della *Vita in diretta*.

---

<sup>74</sup> Le logiche di rimediazione reciproca tra televisione e nuovi media saranno oggetto di un'analisi più approfondita nel capitolo 9.

Tuttavia, ogni estensione estetica prevede un'amputazione: la molteplicità di media rischia di saturare la realtà, di renderla *indifferente* rispetto alla sua copertura ed esperienza mediatica: “[si cerca] il reale moltiplicando la mediazione quasi all’infinito nel tentativo di ricreare una sensazione di completezza, una saturazione dell’esperienza” (ivi: 79). L’evento così si riduce e assorbe nel passaggio autoreferenziale tra le serie di frame attraverso cui è rappresentato, montato, e “questo eccesso non sente la necessità di riferirsi a nient’altro che a se stesso” (ivi: 80).

L’ipermediazione esemplifica quella che Lanham (1993) descrive come la tensione tra “guardare a” e “guardare attraverso” – uno sguardo sul mondo che “torna a ricomprendere il *frame* (il medium) che rende possibile lo sguardo e le peculiarità della sua forma di costruzione della realtà” (Marinelli 2003: 18). Il fatto che l’effetto di immediatezza possa essere espresso in tutta la sua mediazione, rende ormai obsoleto il tentativo di ricercare questo stesso effetto esclusivamente attraverso la trasparenza del medium: “Non c’è più alcun bisogno di rendere [la tecnologia] trasparente, semplicemente perché non si pensa ad essa come in contraddizione con l’*autenticità* dell’esperienza” (Huhtamo 1995: 171). Dopotutto, è ormai evidente che i media sono parte integrante e integrata della realtà che mediano. È proprio in quanto elementi metonimici del reale che rappresentano – piuttosto che nel valore metaforico della rappresentazione - che bisogna cogliere la realtà dei media e della rimediazione.

Già il modernismo ha cercato di distaccarsi parzialmente dalla referenza al reale per sottolineare la realtà autosufficiente sia della rappresentazione che dei suoi supporti tecnici. Nella contemporaneità si va oltre, rompendo del tutto con l’avanguardismo positivista tipico della modernità, che vede le nuove forme di rappresentazione mediale assumere un grado crescente di realismo e immediatezza esclusivamente in funzione del grado di rottura con le forme medialità precedenti. L’esaltazione dell’innovazione *rispetto* alle forme medialità precedenti è ciò che di fatto marca il confronto e ribadisce la rimediazione come logica costitutiva dei media, della loro estetica e della loro realtà.

Riprendendo Latour (cfr. capitolo 2), ci troviamo così di fronte a quelle catene di *mediatori*, ovvero quelle *ibridazioni* che sono tanto reali quanto i singoli elementi che le costituiscono. Anzi, sono gli stessi elementi individuali – nel nostro caso, i media astratti nella loro singolarità e innovazione - che non possono di fatto esistere se non nelle loro forme aggregate, ibride, già e sempre rimediate. Si tratta di una riformulazione del “principio di individuazione” che Simondon (1989) riconduce proprio alla mediazione. Lo stesso Deleuze (1990), in un saggio tradotto



in inglese proprio con il titolo *I mediatori*, mette in evidenza “l’operazione ontogenetica”, ovvero l’aspetto creativo, e non semplicemente correlativo, della mediazione: “in questo senso, non esiste nulla prima di o al di fuori dell’atto di mediazione” (Bolter e Grusin 2003: 85).

La direzione intrapresa da queste prospettive trova un principio comune nel lavoro di Peirce (1931-1935). Anche secondo quest’ultimo, l’identità di un’oggetto non avviene *ex nihilo*, ma è sempre frutto di una mediazione. Tuttavia, tale mediazione non può essere riconducibile all’imposizione di una forma astratta su una materia inerte, e dunque alla correlazione tra l’ordine dell’oggetto materiale e della sua rappresentazione/codificazione mediale/semiotica, ma è sempre in funzione di un’ulteriore mediazione. Il cosiddetto rapporto di *Terzietà* consiste proprio nella ri-mediazione della relazione (mediazione) tra i due ordini. Da ciò si può dedurre che ogni atto di mediazione non può che essere già e sempre un atto di rimediazione “perché i media stessi sono reali e perché l’esperienza dei media è il soggetto della rimediazione” (Bolter e Grusin 1999: 88).

Ricapitolando, secondo Bolter e Grusin sia i media trasparenti che gli ipermedia sono manifestazioni estetiche contrapposte ma complementari di uno stesso desiderio di oltrepassare la rappresentazione per giungere alla realtà: non in senso metafisico, ma definita attraverso l’esperienza mediale che ne fa la spettatrice-utente. I due autori partono da un’analisi delle espressioni grafiche (visive) del reale attraverso i media, della loro funzione epistemologica, per giungere alla constatazione della valenza più ampiamente ambientale (tattile), ontologica di questi stessi media.

È in particolare Grusin (2017) ad elaborare queste conclusioni a partire dalla ricostruzione di un lungo percorso teorico sulla mediazione. L’autore prende le mosse dall’empirismo radicale di William James (1906: 59), il quale afferma che “le relazioni che connettono esperienze devono essere esse stesse relazioni esperite e qualsiasi tipi di relazione esperita deve essere intesa come reale”. Grusin (2017: 227) riformula questo principio traducendo il termine “relazioni” in “mediazioni” e teorizzando la cosiddetta “mediazione radicale”: un’ipotesi che capovolge di fatto la “convinzione secondo cui vi è una distinzione ontologica tra le rappresentazioni e ciò che le rappresentazioni si propongono di rappresentare” (ivi: 228). Oltre al già citato Latour, tale posizione teorica fa esplicito riferimento al lavoro di Merleau-Ponty (cfr. *Intermezzo I*), che riformula l’*ottico* in termini di *aptico* (*tattile*): un senso estetico comune esperibile immediatamente proprio in funzione dell’assorbimento di quella mediazione prospettica tipica del senso della vista. Nelle parole di Grusin,

L'immediatezza non solo sta ad indicare uno stile formale o una logica della mediazione visuale in cui tutti i segni della mediazione vengono eliminati o cancellati, ma è usata nella teoria della rimediazione anche per indicare l'esperienza affettiva, incarnata, che deriva sia dal contatto diretto con il reale reso possibile dalla mediazione trasparente, sia dall'incontro immediato con la mediazione dato dai modi ipermediati della mediazione stessa [...] il nucleo della mediazione radicale consiste nella sua immanenza, nella immediatezza stessa – non l'immediatezza trasparente che costituisce una delle due facce della doppia logica della rimediazione, bensì l'immediatezza incarnata che caratterizza l'evento della mediazione. (ivi: 234-237)

### 7.3. Immaginazione intermediale

Attraverso la categoria di *immaginazione intermediale*, Montani (2010) rielabora il rapporto tra media e reale, dando nuovamente maggior credito alla cooperazione del lettore nell'attivare le connessioni tra questi due domini. Secondo l'autore, le immagini non rivelano immediatamente il reale grazie alla loro trasparenza su questo, ma richiedono un'elaborazione alla spettatrice in modo da poter essere autenticate. Secondo Montani, "il reale sfugge ad ogni presa diretta delle immagini, ma è proprio in questo suo sottrarsi che esso incide nell'archivio un resto, una ferita, una cancellatura, per un'elaborazione differita" (ivi: xii).

Autenticare le immagini non significa operare una sintesi delle loro differenti prospettive sul reale - una sintesi che per altro le immagini operano già da sé attraverso le loro continue rimediazioni reciproche – ma, al contrario, necessita un lavoro di differenziazione, di *critica*. Dice Montani, bisogna infatti sapersi muovere nella *con-fusione* di queste immagini, discriminandone tra la funzione di spettacolarità e documentazione, tra il loro potere costruttivo e riproduttivo del reale:

La prestazione referenziale non dovrà vertere sul rapporto immagine-mondo, bensì sul rapporto tra i diversi dispositivi dell'immaginario [...] in questa differenza e in questo confronto ne va anche del riferimento all'irriducibile alterità del mondo reale [...] Lo spazio articolato da questa interlocuzione tra media delimita il campo di esercizio di un'immaginazione intermediale, finalizzata a riabilitare l'immagine alla relazione col suo altro irriducibile, col suo fuori campo (ivi: xiv)

Non è tanto nel rapporto tra immagine e mondo che la differenza può farsi di nuovo apprezzare, quanto nel rapporto tra immagini, tra le diverse componenti medialità e i

diversi formati tecnici dell'immagine audiovisiva. È questo spazio intermedio il luogo proprio dell'autenticazione (ivi: 24).

Per Bolter e Grusin, la cattura del reale, l'immediatezza della sua esperienza, era data dalla progressiva coestensione del reale con l'ambiente ipermediato. Per Montani, invece, la cattura del reale attraverso la mediazione delle immagini si completa "solo in forza di un supplemento di mediazione" (ibid.), ovvero attraverso il lavoro di differenziazione *tra* queste immagini-mediatrici. Ecco come Montani scompone la logica della rimediazione e la ritraduce in termini di *intermedialità*: un modo per ridare credito all'interpretazione critica dello spettatore e, in particolare, alla propria immaginazione (intermediale).

Montani riprende esplicitamente l'analisi di Bolter e Grusin sulla doppia logica della rimediazione, ma collocando la dialettica tra ipermediazione e immediatezza esclusivamente su un piano epistemologico ed estetico, ovvero relegandola al tipo di rappresentazione grafica-visiva che caratterizza lo schermo, senza coglierne l'aspetto più tattile, ambientale e ontologico che questa dialettica, di per sé, implica.

Per queste ragioni, Montani sostiene la tesi che la controparte strutturale dell'ipermediazione non è tanto l'immediatezza, ma, al contrario, "la resistenza della realtà a farsi saturare completamente dall'immagine audiovisiva, la sua insuperabile differenza rispetto alle forme mediali che la rappresentano" (ivi: 28). Da ciò si può dedurre che, "non sarà tanto l'uno o l'altro elemento – l'immediatezza o l'ipermediazione – a prevalere, quanto la loro relazione e lo spazio che essa libera per il lavoro di uno sguardo critico" (ibid.).

La rilettura del processo di rimediazione in termini di immaginazione intermediale, nonché del conseguente rapporto tra sistema dei media e reale, è una rielaborazione in chiave mediale dello schematismo Kantiano e, in particolare, del libero gioco tra immaginazione e intelletto nel riferimento (cfr. *Intermezzo I*). Non è un caso, dunque, che la posizione di Montani prenda esplicitamente le proprie mosse da alcune teorie più specificatamente linguistiche e semiotiche sulla stessa questione del riferimento.

In particolare, Montani fa riferimento Ricoeur, secondo cui, "il linguaggio è, per se stesso, dell'ordine del Medesimo: il mondo è il suo Altro. L'attestazione di tale alterità dipende dalla riflessività del linguaggio su se stesso (Ricoeur 1983: 27). Parafrasando il passo appena citato, Montani afferma che "quest'alterità del mondo è la condizione imprescindibile del riferimento, ma essa non sarebbe attestabile a meno di una mediazione riflessiva e differenziale che prenda in carico

il modo in cui le forme linguistiche e semiotiche ritagliano il mondo preservandolo nella sua differenza” (Montani 2010: 20).

In altre parole, è riflettendo sul proprio ruolo di mediazione, e quindi su se stesso in quanto sistema autonomo di differenze, che il linguaggio è capace di riferirsi al mondo, non solo riflettendone e preservandone la *differenziatezza*, ma stimolando l’azione trasformatrice dell’essere umano a partire da questa differenza. In questo modo, il linguaggio non ci permette solamente di dire quello che percepiamo del mondo, ma ci rivela le svariate potenzialità e le possibili attualizzazioni della sua indeterminatezza costitutiva: “il riferimento non è la condizione primitiva del linguaggio, ma è una condizione più debole: è innanzitutto per fare le cose, e non per dire” (ibid.) che ci serviamo del linguaggio.

Questa propensione alla prassi ascrivibile al linguaggio è una dote che la stessa immagine porta con sé: “[questa] costruisce la visibilità del mondo non meno di quanto la rispecchi e tra i due poli si stabilisce una circolarità virtuosa che può condurre a un felice incremento di entrambi: il mondo visibile e l’attività di esplorarlo e dargli forma” (ivi: 57)<sup>75</sup>.

A tale proposito, l’esempio fatto da Montani è quello dello *schema* in Leonardo da Vinci: questo tipo di disegno e progettazione tecnica non sintetizza il dato empirico di partenza, “ma non fa che rigenerarne l’inesauribile alterità” (ivi: 58). Lo stesso Montani ci tiene a precisare che è proprio per il fatto di richiamare l’attenzione su se stessa che l’immagine-schema può fare valere la sua capacità di perlustrare attivamente il mondo: “nulla del genere sarebbe possibile se l’immagine fosse schiacciata totalmente sul dato, se non riuscisse a comportarsi al tempo stesso come qualcosa di autonomo e come qualcosa che si riferisce al mondo” (ibid.).

Come nel caso del riferimento linguistico, tale capacità al contempo riflessiva e trasformativa dell’immaginazione si esplica attraverso la tecnica e in particolare modo attraverso l’arte - sino ad una totale involuzione proprio su questo terreno.

Con il *ready-made*, Duchamp fu il primo ad estrapolare un oggetto del/dal mondo e farlo divenire un’opera d’arte: un’operazione che non consiste nella riflessione artistica sugli aspetti tecno-estetici dell’oggetto, ma piuttosto in una trasposizione dell’oggetto, *così com’è*, dal mondo al discorso autoreferenziale dell’arte: “nello spazio riflessivo che permea ormai l’oggetto togliendogli ogni immediatezza [...] ma è importante capire che si tratta di uno spazio teorico ormai costitutivo dell’oggetto in quanto tale” (ivi: 56).

---

<sup>75</sup> Questo esempio è analogo a quello del termine “arco” portato avanti dallo stesso Montani (2014) e riportato nell’*Intermezzo I* di questo lavoro.

Quest'*indifferenza* tra arte e mondo è ancora più evidente nella pop art, le cui immagini seriali non aprono né ad alcuna immaginazione critica, né ad alcun immaginario del/sul mondo, ma si chiudono su stesse, nella serie di rimandi e riferimenti reciproci. Nel proprio gioco di differenze, questi oggetti e queste immagini artistiche si mostrano del tutto indifferenti al mondo che riproducono. È così che divengono feticci, infondo incapaci sia di nascondere che di rivelare qualcosa al di fuori di se stessi.

È necessario dunque mettere in evidenza e a confronto due diversi processi/categorie che determinano il successo o meno del riferimento linguistico e dell'immaginazione intermediale: da un lato, l'*autoriflessività*, attraverso cui, la parola o l'immagine, tornando su se stessa e sulla propria funzione di mediazione, supera questa sua stessa soglia per riferirsi al mondo; dall'altro, la stessa immagine può avvatarsi spiralmemente e chiudersi intransitivamente su se stessa in un meccanismo di *autoriferimento*. In altre parole, la riflessività è un fattore chiave del riferimento, ma è al contempo condizione di base per una sua neutralizzazione: "il ritorno dell'immagine su se stessa può riaprirsi al mondo, oppure perderlo in un vuoto autorispeccamento" (ivi: 52).

Come mostrato in maniera sintetica attraverso gli esempi sull'arte, il peso di questa ambivalenza tende a spostarsi sull'autoriferimento. Si tratta di una crisi del paradigma mimetico, rappresentativo che non investe solo l'arte, ma l'oggetto tecnico e l'immagine mediale in generale; soprattutto con l'avvento dei linguaggi informatici e delle immagini digitali che, nella traduzione immediata di tutti i linguaggi attraverso i propri codici di riproduzione, non lasciano alcun margine di elaborazione critica allo spettatore. Una crisi che richiede, come vedremo nel secondo *Intermezzo*, di essere affrontata attraverso una semiotica del *codice*, che sappia criticare o, a sua volta, portare all'eccesso l'*auto-nomia* dei linguaggi mediali.

Come cercheremo di vedere già dal prossimo paragrafo, il ruolo del fruitore assume una certa ambivalenza: da un lato, è fondamentale a garantire l'operatività e la virtuosità del procedimento di riferimento attraverso la propria immaginazione intermediale; d'altra parte, questo stesso meccanismo assume progressiva autonomia proporzionale alla sua crescente abilità di mediare e riferirsi alla realtà e di rendersi dunque indifferente rispetto a questa. Tale con-fusione, mentre riduce fatalmente il margine necessario all'interprete per cooperare creativamente, accresce il fascino feticistico verso la rimediazione, integrando e operativizzando l'interprete come mero ingranaggio della propria operatività autonoma.

#### 7.4. L'immagine digitale: l'opera di Jeffrey Shaw

L'avvento della digitalizzazione fa sì che il linguaggio specifico di ciascun medium possa essere tradotto in una sorta di linguaggio informatico universale. Ciò favorisce l'interscambiabilità tra i media e i loro contenuti, comportando una sostanziale omogeneizzazione del panorama mediale. Questo processo, che Friedrich Kittler ha definito con l'espressione "convergenza digitale", rende obsoleti i media, la loro definizione tecnica e soprattutto la loro specificità estetica.

Ciò che viene registrato è il passaggio da un sistema ibrido dei media al puro flusso di dati che non necessitano di essere differenziati in determinate tipologie mediali o, "di adattare loro stessi alle costrizioni della *ratio* percettiva dell'essere umano" (Hansen 2006: 2). Ciascun medium, perdendo la propria specificità, non si presenta più come estensione di uno specifico senso e, di conseguenza, non comporta più quella ridefinizione del rapporto tra i sensi e della nostra facoltà estetica in generale.

Tutto questo ha degli effetti sull'arte e ci porta a rimettere in discussione, o perlomeno ridefinire, l'entità (se non addirittura la possibilità) di quell'*effetto-shock* fisiologico e esperienziale che Walter Benjamin registrava all'impatto con le arti moderne, capaci di esibire la propria specificità tecnica e di ancorare a questa la propria valenza estetica. A tale proposito, l'ipotesi avanzata da Hansen è che l'estetica dei nuovi media invece si ponga in continuità con quella dello *shock* registrata da Benjamin, proprio in virtù della sua capacità di rilocalizzare l'impatto dell'opera nel dominio dell'esperienza e, in particolare, dell'esperienza incorporata (*embodied*): "un rinnovato investimento del corpo inteso come una specie di convertitore della forma generale del *framing* in una ricca e singolare esperienza [...] il corpo come la fonte di una nuova forma di aurea: l'aurea che appartiene in maniera indelebile a questa singolare attualizzazione dei dati nell'esperienza incorporata" (ivi: 3).

Ma cos'è questa forma generale del *framing*? Hansen fa riferimento al lavoro di Henry Bergson (1896) il quale interpreta il corpo come una sorta di filtro, un "centro di indeterminazione", capace di *selezionare* tra la miriade di immagini che circolano attorno ad esso quelle che ritiene rilevanti in una prospettiva pratica: è questo il compito della percezione. Il corpo si presenta come soggetto e oggetto di questa operazione di ritaglio percettivo, dal momento che "la nostra rappresentazione della materia è la misura di una nostra possibile azione sui corpi: essa risulta dallo scartare ciò che non è d'interesse per i nostri bisogni, o più in generale, per le nostre funzioni" (in Hansen 2006: 5).

Altro riferimento chiave di Hansen è Gilles Deleuze e, in particolar modo, i suoi studi sul cinema (1983; 1985). Partendo dall'analisi sul montaggio, la nozione chiave è quella di *intervallo* che, costituendo un taglio tra i vari frame, “introduce uno *scarto* tra l'azione e la reazione” (in Hansen 2006: 6). Per Deleuze, questa operazione di taglio è perfettamente omologa a quella operata dal corpo in quanto centro di indeterminazione: “un'operazione esattamente descrivibile come quella di *framing*, in cui certe azioni sono sottoposte all'isolamento tramite il frame e da qui prevenute, anticipate” (ibid.).

Pur allineando la propria analisi cinematografica a quella della percezione di Bergson, Deleuze porta avanti l'ipotesi di una progressiva scorporazione (*disembodying*) del centro di indeterminazione. Questo scarto teorico si realizza nello scarto tra due frame, ovvero in quell'”immagine-tempo” che, piuttosto che subordinare il tempo al movimento nello spazio (come faceva l'immagine-movimento), presenta il tempo direttamente, *istanziando* il flusso universale di immagini. Secondo Deleuze, ciò fa sì che il cinema non abbia una percezione soggettiva e naturale come proprio modello, proprio perché la mobilità dei suoi centri e la variabilità dei propri frame lo portano a ripristinare e attualizzare vaste zone decentrate e fuori fuoco - rendendolo in pratica omologo non all'attività corporea in quanto centro di indeterminazione del flusso di immagini, ma al flusso di immagini in quanto tale.

Secondo Hansen, tuttavia, è necessario ripristinare la concezione *embodied* del centro di indeterminazione come presupposto alla comprensione dell'estetica e dell'arte dei nuovi media. Il corpo non sarebbe solo un operatore passivo (e superfluo) della correlazione tra le immagini-in-movimento. Bisogna invertire questa traiettoria Deleuziana, e muoversi non dal corpo al frame, ma dal frame al corpo; ciò è necessario a comprendere come ogni tipo di frame non si formi nell'autonomia conferitagli da Deleuze, dal momento che la forma è sempre legata al lavoro e all'esigenze di una percezione incorporata.

Il momento di massima scorporazione della funzione percettiva, immediatamente prima di questo cambio di rotta, è rappresentato proprio dall'avvento dei media digitali e, in particolar modo, delle relative immagini. L'*immagine digitale* si definisce attraverso l'accumulazione di frammenti discontinui, a ciascuno dei quali è attribuibile un valore numerico, delle coordinate spaziali, che ne permettono il posizionamento all'interno di una sorta di sistema Cartesiano. L'immagine che se ne ricava può essere intesa come sintesi di questi frammenti, soggetta a continue manipolazioni una volta riscomposta e ritradotta nella sua struttura numerica.

Proprio in virtù di questa (s)composizione tipica dell'immagine digitale, dello scollamento tra la sua apparenza superficiale e la sua materialità (smaterializzata), Hansen esclude qualsiasi possibilità di un legame materiale tra questa e il proprio framing, inteso come la funzione di taglio ed emersione dell'immagine dal flusso del reale. L'immagine si presenta difatti come una mera configurazione contingente di questi valori numerici, che manca di qualsiasi legame (costituito proprio dall'operazione di framing) con una presunta immagine a seguire: l'immagine digitale già da sempre contiene tutte le immagini che la seguiranno in termini di permutazione dello stesso insieme di punti elementari, numerici.

Ad arricchire il dibattito e la sua ambivalenza è il contributo di Lev Manovich (2001), che opera una nuova declinazione dell'immagine digitale in termini di *interfaccia*. Secondo l'autore, l'immagine-interfaccia non costituisce una rappresentazione di una porzione di realtà indipendente e preesistente la propria immagine, ma è piuttosto un mezzo (nel senso di *medium*) a disposizione dell'utente per contribuire alla produzione del reale.

Il cambiamento di statuto dell'immagine nell'epoca della sua digitalizzazione è così intrecciato al cambiamento del ruolo della propria spettatrice che si trasforma in un user attivo. L'immagine digitale, piuttosto che sintesi, prodotto concluso di un processo, diventa essa stessa un processo, un'operazione, tatticamente connessa e associata all'operatività del corpo tramite l'interfaccia. In altre parole, il corpo, in congiunzione con i vari apparati mediali, diventa un elemento imprescindibile per dare forma (frame), o meglio ancora, per *in-formare* l'informazione:

L'immagine non può più essere ristretta a livello della sua apparenza superficiale, ma deve essere estesa al fine di tenere in considerazione l'intero processo attraverso cui l'informazione è resa percepibile attraverso l'esperienza incorporata. Questo è ciò che propongo di chiamare *immagine digitale*. (Hansen 2006: 11)

Nel dare forma e *corpo* all'immagine digitale, e dotarla così di un senso estetico umano, il corpo non fa che *in-formare* se stesso, la propria esperienza di entrata in contatto con l'informazione digitale. Le opere e le installazioni artistiche contemporanee, caratterizzate dallo svariato uso di tecnologie e media digitali, costituiscono dei veri e propri laboratori per la conversione dell'informazione in immagini apprensibili corporalmente, nonché per la sperimentazione degli effetti estetici sullo stesso corpo che le informa e si informa attraverso di esse. È questo il senso delle installazioni dell'artista Jeffrey Shaw:



Tutto il mio lavoro è un discorso, in un modo o nell'altro, con l'immagine cinematografica, e con la possibilità di violare i limiti del frame cinematografico – per permettere all'immagine di schizzare fuori verso lo spettatore, o per permettere allo spettatore di entrare virtualmente nell'immagine. (in Hansen 2006: 43)

Prendiamo in esame l'opera *Place: Ruhr* (2000): si tratta di un'interfaccia panoramica circolare che mostra delle immagini in *live-action* di alcuni siti industriali della regione tedesca della Ruhrgebiet. La spettatrice-utente è posizionata su una piattaforma rotante al centro della circonferenza lungo la quale sono trasmesse le immagini. A mediare tra la spettatrice e le immagini vi è una telecamera, a sua volta connessa a un proiettore che ritaglia dei frame di 120° lungo la superficie panoramica a 360° (fig. 7).



Fig. 7: Jeffrey Shaw, *Place Ruhr*, 2000

Manipolando un joystick, si ha la possibilità di muovere il frame in senso orario e antiorario. Una volta orientata la propria posizione verso lo spazio dell'immagine, è possibile zoomare il paesaggio virtuale proiettato di fronte, ed entrare attraverso una delle undici immagini *cilindro* nei rispettivi siti industriali. Siccome questi cilindri sono omotetici con lo spazio panoramico in cui si è inseriti, il movimento dallo spazio fisico a quello virtuale è caratterizzato da un effetto di continuità che ne oscura parzialmente la differenza.

Una volta dentro, il panorama del paesaggio diviene una sequenza cinematografica, che acquista ulteriore mobilità e profondità in funzione del movimento della spettatrice dentro l'immagine. Tutto ciò accresce l'indifferenziazione tra il proprio movimento soggettivo e quello oggettivo dell'immagine. Difatti, muovendo la videocamera a destra e a sinistra, zoomandone

e rimpicciolendone l'immagine tramite il joystick, la piattaforma su cui si è posizionati e l'immagine proiettata ruotano in sincronia, rendendo il corpo il luogo centrale, l'interfaccia di questa esperienza estetica e propriocettiva.

Il virtuale, piuttosto che come condizione fittizia, deve essere dunque concepito come la capacità di essere in eccesso rispetto al proprio statuo attuale; ed è in funzione di questo eccesso che il corpo ritorna ad essere centro di indeterminazione dell'esperienza mediale. Il virtuale consiste in un'estensione del proprio corpo e della propria facoltà di fare esperienza non solo del mondo attraverso il corpo, ma del proprio corpo in quanto medium della (propria) esperienza.

L'opera di Shaw, oltre a concentrarsi sull'esperienza *del*<sup>76</sup> proprio corpo, si focalizza sul confronto intermediale tra le operazioni di framing cinematografico e della realtà virtuale (VR), solitamente in antitesi tra loro. In particolare, l'effetto di fusione dato dall'ambiente esperienziale inverte l'autonomia del frame cinematografico, "rendendolo veicolo per la navigazione dell'immagine da parte dello spettatore e il 'grilletto' per una *sintesi* virtuale dell'intera immagine nella mente incorporata dello stesso" (ivi: 49, *corsivo nostro*).

Tuttavia, viene da chiedersi se non sia proprio questa "sintesi", questa sovrapposizione dei vari frame tra loro, e di questi con la totalità dell'ambiente esperito, ciò che di fatto assorba qualsiasi margine di indeterminatezza dell'esperienza estetica del nostro corpo attraverso le proprie protesi medialità. Si tratta di fatto di un ambiente e della sua esperienza corporea ormai del tutto incanalati e predeterminati da un modello estetico unificato, che non lascia più alcuno spazio critico tra i diversi media, e tra i rispettivi codici estetici coinvolti nell'installazione.

La VR è sì in grado di rimettere in gioco l'autonomia del frame cinematografico, coinvolgendo il corpo della spettatrice-utente nello spazio dell'installazione; allo stesso tempo, però, piuttosto che costituire una potenzialità, un'estensione, un *di più* rispetto all'attualità del nostro corpo, essa non fa che purificare e positivizzare la connessione tra questo e l'ambiente circostante, assorbendo nella contiguità quella differenza intermediale che costituiva uno spazio, o perlomeno uno scarto necessario alla formazione e alla trasformazione dell'esperienza.

L'intervallo cinematografico deleuziano che mediava tra azione e reazione è assorbito dai nuovi media digitali e tattili che, come già sottolineavano McLuhan e Baudrillard, si associano al corpo e lo rendono operativo come strumento di

---

<sup>76</sup> nel doppio senso soggettivo e oggettivo del genitivo

*feedback* dell'operatività del loro sistema, comportando il cortocircuito e l'immediatezza tra stimolo e risposta. In altre parole, il corpo è continuamente testato per potere a sua volta testare la tenuta dell'ambiente mediale in cui è integrato, per colmare gli intervalli, per garantire la continuità e fluidità del passaggio da un'immagine all'altra, da un frame all'altro.

L'autonomia del frame cinematografico è cambiata, ma non di certo sovvertita: il nostro dare corpo all'informazione è più che altro cedere il nostro corpo all'operatività di un sistema mediale sempre più integrato, autonomo, feticizzato. Come afferma Baudrillard (1990: 38), "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".

#### 7.5. Strike a pose! Da *Vogue* al *voguing* e ritorno

Il gesto di mettersi in posa prima di farsi scattare una foto è un modo attraverso cui il corpo viene adeguato e tradotto nel linguaggio della sua rappresentazione fotografica. È un modo di rendere operativo il medium del corpo in funzione del medium fotografico: per certi versi, una forma di rimediazione.

Pur nell'indessicalità e trasparenza della fotografia, la posa è un gesto fortemente simbolico e codificato, volto a rimodellare la forma del nostro corpo, astraendola dalla propria materialità e dalla specifica contingenza in cui la foto viene scattata. Lo scatto immortalava l'istante, strappandolo dal corso del tempo e restituendolo come oggetto riproducibile medialmente.

Il feticismo della posa sta tutto in questa sua astrazione e codificazione come elemento differenziale. È in quest'ottica che bisogna interpretare il fascino di quei personaggi immortalati sulle copertine delle riviste: figure dello spettacolo, degli ambienti mondani, che tuttavia non sembrano avere proprio nulla a che fare con il nostro mondo, colte in una bellezza senza tempo che è la stessa della fotografia. Già Roland Barthes (1957) parlava di questi miti nella descrizione degli attori ritratti nelle fotografie del celebre e prestigioso studio d'Harcourt (fig. 8):

Bisogna che siamo presi da turbamento nello scorgere l'immagine olimpica di un attore che, deposta la pelle del mostro agitato, troppo umano, ritrova finalmente la sua essenza atemporale [...] spianato, liscio, il viso levigato dalla virtù, reso aereo dalla luce diffusa [...] ridotto a un viso depurato da ogni movimento [...] la faccia dell'attore sembra raggiungere la sua dimora celeste in un'ascensione senza premura

e senza muscoli [...] L'attore ritrova un'essenza rituale di eroe, di archetipo umano, situato al limite delle norme fisiche degli altri uomini. (ivi: 15 -18)

Il farsi immortalare da questi celebri studi fotografici era molto più di un vezzo; si trattava di un vero e proprio rituale di *dépense*. Nell'immissione della propria fotografia nel circuito di immagini di prestigio difatti si rifletteva e veniva sancita l'appartenenza ad una cerchia esclusiva ed elusiva:

Lo studio d'Harcourt fa sorgere un dio [...] è per il giovane attore un rito d'iniziazione, un diploma di appartenenza a un'alta corporazione [...] è l'atto solenne mediante il quale la società intera accetta di astrarlo dalle proprie leggi fisiche e gli assicura la rendita perpetua di un viso che, nel giorno di questo battesimo, riceve in dono tutti i poteri ordinariamente rifiutati alla carne comune. (ivi: 18)



Fig. 8: Ritratto Harcourt di Marlene Dietrich

Questo scenario etereo e prestigioso è stato a sua volta oggetto di una pratica di rimediazione e reincorporazione da parte di alcune soggettività marginalizzate ed eccentriche, fuori fuoco rispetto all'obiettivo d'Harcourt, ben al di là dei riflettori dello spettacolo. Il *voguing* è un tipo di ballo-performance che sin dagli anni '60 vede come protagoniste soggettività perlopiù omosessuali, trans\* e razzializzate. L'intento era quello di parodiare lo stile plastico e iconico delle copertine della rivista *Vogue* come forma di riappropriazione di quell'immaginario egemonico ed esclusivo.

Attraverso questa pratica incorporata, vengono portati all'eccesso sino all'implosione i codici mediali e le contraddizioni sociali soggiacenti lo scenario etero e mitico delle star dello spettacolo. Allo stesso tempo, la riproduzione della posa delle star da parte di queste soggettività marginalizzate è concepita come pratica di emersione e immissione in quello stesso circuito di immagini attraverso il quale si riflette l'appartenenza e il privilegio sociale: una rimediazione del rito fotografico attraverso il medium del corpo. Una testimonianza di questo meccanismo di riappropriazione, che ha notevolmente contribuito a rilanciare il fenomeno del voguing a livello mondiale, è il film-documentario del 1990 *Paris is burning*, diretto da Jennie Livingstone (fig. 9).

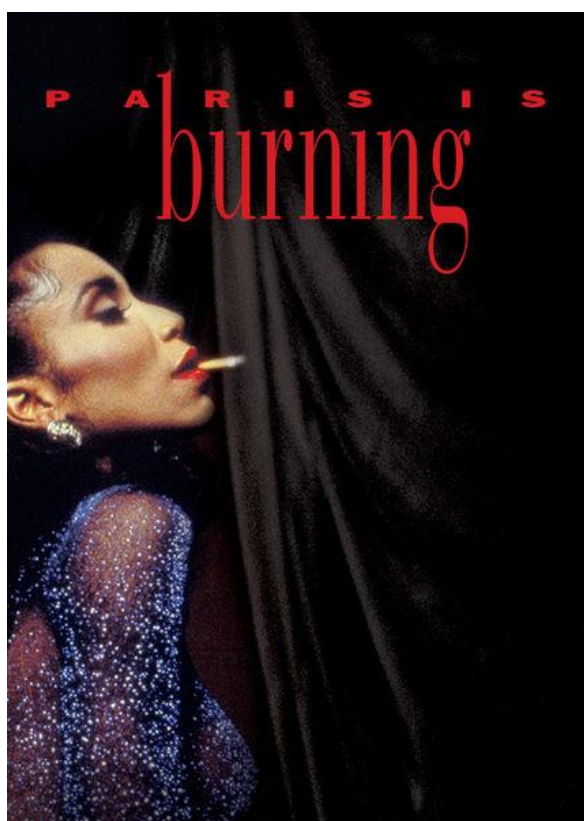


Fig. 9: Locandina di *Paris is burning*

Tuttavia, si è avuto modo di vedere come la logica della rimediazione tenda ad accentrare su di sé l'eccentricità del proprio meccanismo. Una volta che la pratica del voguing è divenuta un valore identitario per la comunità LGBTQ, specialmente per la sua componente afroamericana e latina, è stata soggetta ad una nuova astrazione e rimediazione.

Nello stesso anno dell'uscita di *Paris is burning*, Madonna rilascia la hit *Vogue*, divenuta progressivamente un vero e proprio inno per la comunità LGBTQ a livello internazionale. Il brano, accompagnato dall'iconico video, porta avanti

un'operazione di contro-riappropriazione della pratica del voguing, reinserendo la sua serie di pose plastiche nello scenario sbiancato del cinema classico (il video è in bianco e nero), nell'immaginario esclusivo del lusso, della moda e dello spettacolo. Lo dimostra il lungo elenco di riferimenti a celebrità, da Greta Garbo e Marilyn Monroe a Grace Kelly e Rita Hayworth, passando per Bette Davis, Joe di Maggio, Marlon Brando, James Dean, Ginger Rogers e Fred Astaire. Di tutte queste star viene celebrato l'aspetto più etereo e iconico, legato alle loro immagini mediali e pose fotografiche: *strike a pose!*

In questo modo, il voguing è sgravato da tutte le contraddizioni sociali che le soggettività queer e razzializzate incarnavano nella loro performance: contraddizioni che si riducono ad un semplice gioco di differenze tra elementi audiovisivi e mediali: tra la serie di scatti fotografici in sottofondo e tra il bianco e il nero della Hollywood degli anni d'oro e dei suoi ritratti firmati d'Harcourt (fig. 10).



Fig. 10: Madonna nel video di *Vogue*

Il gioco delle rimediazioni, da un campo all'altro dell'arena sociale, sembra tuttavia non arrestarsi. La serie tv *Pose* (2018 -) rifocalizza l'attenzione sulla compagine più marginalizzata della comunità queer e in particolare sulla cultura dei *ball*, attraverso la ripresa dell'elemento del voguing e delle sue pose, utilizzate nuovamente per esprimere un preciso posizionamento sociale e politico. Le pose rompono la complicità con il medium fotografico (e televisivo), sfruttandolo al fine di restituire in scena la materialità delle vite queer e la realtà delle contraddizioni

sociali che si celano dietro lo scenario pacificato e feticizzato del mondo dello spettacolo.

#### 7.6. Da Foxy a Jackie Brown

Un esempio simile di riappropriazione e contro-riappropriazione dell'immaginario mediale attraverso la sua continua rimediazione è quello della *Blaxploitation*. Si tratta di un sottogenere dei film d'*exploitation*: una serie di pellicole, solitamente definite dall'etichetta di *B-movies*, che mettono da parte la ricerca di valori artistici e minuzie estetiche per portare in scena elementi più forti, dal carattere *pulp*, con l'esibizione esplicita di scene di sesso e violenza.

In particolare, i film della *Blaxploitation*, per la maggior parte diretti e recitati da registi, attori e attrici afroamericani, divennero un genere a sé stante proprio a partire da questa specificità. Sebbene oggetto di numerose critiche a causa della riproduzione di stereotipi legati alla comunità nera negli Stati Uniti, essi riscosero lungo tutti gli anni '70 un grande successo, colmando la lacuna inerente all'offerta di intrattenimento appositamente creato da e per un pubblico afroamericano.

Anche se in ruoli spesso legati alla vita criminale e alla prostituzione, i film della *Blaxploitation* furono i primi in cui comunità e personaggi neri sono protagonisti, piuttosto che comparse o quote all'interno di produzioni principalmente bianche. Anzi, fu proprio l'esagerazione di una serie di luoghi comuni sui neri già presenti nel cinema hollywoodiano classico ciò che permise una decostruzione degli stessi, o perlomeno una loro messa in discussione e in scena. Lo sfruttamento che dà il nome al genere, oltre che rispondere a un principio produttivo ed economico, ebbe l'effetto culturale e politico di far emergere la conflittualità sociale soggiacente gli stereotipi e la loro riproduzione cinematografica: una contraddittorietà sino ad allora appianata e normalizzata dalla produzione bianca mainstream.

Anche in questo caso, lo stereotipo si sviluppa e si riproduce all'interno di uno specifico linguaggio e della sua rimediazione, tant'è che il fenomeno della *Blaxploitation* diviene un vero e proprio genere cinematografico, inteso come una ricorrenza di forme e linguaggi (verbali e cinematografici) che definiscono l'oggetto e ne orientano il consumo. Attraverso la *Blaxploitation*, la comunità afroamericana ha cercato di risignificare e riappropriarsi del proprio stereotipo attraverso la sua riproduzione e rimediazione sullo stesso terreno cinematografico.

Con l'uscita di *Jackie Brown* nel 1997, Quentin Tarantino spinge ancora oltre questo meccanismo di rimediazione, contribuendo tuttavia ad accrescere la riflessività e l'autoreferenzialità di questo processo. Nel film, i risvolti culturali e politici della Blaxploitation sono ripiegati sugli aspetti più strettamente formali del genere e del medium cinematografico di partenza. *Jackie Brown* mette in atto un esplicito richiamo a *Foxy Brown*, uno dei film più emblematici del genere *black*, riprendendone titolo, grafica e attrice protagonista (fig. 11).



Fig. 11: locandina di Foxye Brown, 1974.

Pam Grier viene omaggiata da Tarantino nelle vesti di icona della Blaxploitation e, come tale, in una delle sue versioni più eteree, conformi al genere e al medium cinematografico. La corporeità di Grier, seppur ampiamente marcata ed esibita, sembra perdere il proprio spessore critico, la propria carne, divenendo immagine della Blaxploitation intesa come genere cinematografico vuoto, senza immaginario e contenuto, feticizzato. Sin dall'intro di *Jackie Brown*, ciò che viene valorizzato è il *profilo* dell'attrice, la *figura* della star, che vediamo rimanere impassibile, in una posa plastica, mentre scorre lungo una passerella mobile dell'aeroporto di Los Angeles<sup>77</sup> (fig. 12).

<sup>77</sup> In questa scena, il riferimento è nuovamente cinematografico, omaggio all'iconica intro de *Il laureato* (Mike Nichols, 1967).





Fig. 12: Pam Grier/*Jackie Brown* intro.



Fig. 13: *Jackie Brown*, credits.

Da questa sequenza emerge il titolo del film (fig. 13), la cui grafica ricalca per stile, forma e colori quella di *Foxy Brown*. Tuttavia, questa emersione è effetto di una reimmissione all'interno di una catena di rimandi intertestuali e intermediali. Attraverso questo omaggio, Tarantino, non solo riporta *Jackie Brown* al film che l'ha ispirato, ma riconduce e riduce la stessa *Foxy Brown*, assieme a tutto il genere della Blaxploitation che rappresenta, a una mera questione formale, stilistica, specificatamente cinematografica.

In questa estetizzazione della successione di immagini che lascia scorgere la messa in serie del singolo fotogramma, il genere della Blaxploitation è purificato e ritradotto nel linguaggio cinematografico da cui prendeva corpo con impeto e violenza. L'esplosività di Pam Grier, o *Jackie Brown*, implode in una serie di frammenti metonimici che suscitano e appagano la fascinazione feticistica verso la struttura formale e il valore feticizzato di un fotogramma, di un genere e di un medium che si richiude su se stesso ad ogni sua rimediazione<sup>78</sup>

---

<sup>78</sup> L'intro del film è accompagnata dalle note di *Across 110th street*, brano di Bobby Womack del 1972. La canzone si riferisce alla strada di Manhattan che separa la zona ricca

## 7.7. Immagini-schermo a Times Square

Più volte in questo lavoro, si è visto come la sovrapposizione tra media e realtà sia favorita e a sua volta favorisca un nuovo regime di ipervisibilità e oscenità. La realtà pubblica è soggetta ad una tale spettacolarizzazione da parte dei media da permetterle di sfondare la propria barriera scenica, per venire poi nuovamente addomesticata dallo spettatore privato attraverso lo schermo. Allo stesso tempo e modo, anche la vita privata dello spettatore diviene parte di questa dimensione oscena e immediatamente soggetta a una sovraesposizione mediale e socializzazione che prende forma lungo questi schermi.

A tale proposito, Anna McCarthy, nel suo *Ambient Television* (2001), analizza il caso di Times Square a New York: un luogo la cui identità e realtà è interamente definita dalla sovrabbondanza di schermi e immagini che la popolano. In particolare, McCarthy si concentra sul *Virgin Megastore*, la cui strategia pubblicitaria, a cavallo tra spazio pubblico e spazio privato di consumo, è affidata ad un serie di schermi mediali.

L'autrice mette in evidenza come gli ampi schermi pubblicitari presenti all'interno dello store non sono veicoli di un "intrattenimento basato sulla narrazione" o sulla rappresentazione di un prodotto specifico, ma piuttosto dei trasmettitori che "riverberano l'atmosfera (*the mood*) dello spettacolo televisivo [...] della scenografia carnevalesca di Times Square" (McCarthy 2001: 142).

La ripetizione di queste immagini passa attraverso un ulteriore schermo-trasmettitore, ovvero la vetrina dello store (*window*), che si presenta proprio come una finestra trasparente che mette in *comunicazione* lo spazio privato del negozio con quello pubblico della piazza. La mediazione tra queste due dimensioni attraverso gli schermi è a sua volta oggetto di mediazione: lo spettacolo *del* pubblico, preso a guardare le immagini-video lungo gli schermi, è ripreso da una webcam e ritrasmesso sotto forma di ulteriori immagini-video sul sito web dello store, divenendo esso stesso oggetto di uno sguardo voyeuristico da parte del consumatore che consulta il sito. Secondo McCarthy, questa è un'estensione mediale, o volendo una rimediazione, non solo dello sguardo delle camere di sorveglianza, ma anche di quello dei passanti lungo la strada, che si soffermano a guardare attraverso la vetrina dello store lo stesso spettacolo:

---

e prevalentemente bianca di Central Park dal quartiere nero di Harlem. Volendo forzare l'interpretazione, si potrebbe dire che lo stesso film si colloca lungo quella soglia stabilita dal medium cinematografico, attraverso la quale le contraddizioni sociali vengono estetizzate ed assorbite.

La webcam esemplifica e materializza la strategia visiva del negozio [...] essa estende la vetrina dello store oltre la sua locazione fisica [...] è sia una portale verso che una pubblicità per lo spazio dello store. La fusione tra sorveglianza privata e promozione pubblicitaria tramite questa, e la sua apparizione come una finestra dentro una finestra, ci ricorda inoltre l'essenza ancora valida della vetrina come metafora della spettatorialità. (ivi: 146)

L'esempio portato avanti da McCarthy mostra prima di tutto come i media estendano il nostro sguardo e lo rendano trasparente sull'ambiente dello store. Tuttavia, l'effetto di immediatezza e immersività che ne consegue è in realtà frutto di un complesso meccanismo di continua rimediazione dello stesso sguardo e dei dispositivi che lo catturano. Il rapporto di transitività che si crea tra dimensione pubblica e privata si risolve nella formazione di un unico ambiente ipermediale e iperreale: un circuito di schermi-ripetitori di un'immagine che non rinvia ad un immaginario altro, ma esclusivamente alla propria ripetizione lungo i diversi schermi su cui si rifrange. Si tratta di un'immagine che non spinge al consumo di un prodotto, ma al consumo immediato dell'immagine in quanto tale: è l'immagine del proprio consumo non può che riprodursi ogni qualvolta viene consumata.

Nell'automatismo e nella spirale di questo meccanismo, lo spettatore non è più coinvolto nella costruzione e nell'esplorazione di un immaginario altro, ma è parte integrante e integrata dell'ambiente ipermediale in quanto esso stesso medium, in quanto operatore della proliferazione *meta-statica* della propria immagine: Come afferma McCarthy (ivi: 122), "se la spettatorialità è una posizione del soggetto che offre un tipo di 'mobilità virtuale', allora l'effetto paradossale di un apparato multischermo è di ancorarci al posto, rendendoci incapaci di decollare".

#### 7.8. Juventus: le partite-evento

In data 4 ottobre 2020 si sarebbe dovuto giocare il *big match* di serie A: Juventus vs. Napoli. In mattinata, Mattia Grassani, legale della squadra partenopea, dichiara alla *Gazzetta dello Sport* che la società ha ricevuto molteplici comunicazioni dall'Asl e dalla Regione Campania, concordi nell'impedire ai giocatori del Napoli, in stretto contatto con dei positivi al Covid-19 all'interno della stessa squadra, di abbandonare il proprio domicilio. A un'ora da queste dichiarazioni, il consigliere federale della FIGC, Pietro lo Monaco, conferma la validità del comunicato dell'Asl, e prospetta il rinvio della partita.

A spingere per questa soluzione è anche Aurelio De Laurentis, presidente del Napoli, che rende nota la comunicazione di Asl e Regione Campania da cui si deduce che “la partenza della squadra per Torino rappresenterebbe una violazione del provvedimento dell’ autorità locale competente per la sicurezza sanitaria, nonché delle vigenti norme statuali in materia, con le conseguenti responsabilità previste dalla legge a carico dei contravventori”. Nel pomeriggio si aggiungono le dichiarazioni del Ministro della Salute Roberto Speranza, il quale conferma che Juventus – Napoli non si sarebbe giocata quella sera.

Tuttavia, qualche ora più tardi, arriva la nota ufficiale della Lega Serie A a smentire l’ipotesi di rinvio, sulla base di una Circolare del Ministero della Salute del 18 giugno - già utilizzata come riscontro ufficiale in situazione analoghe a quella del Napoli - volta a “garantire massima tutela della salute” dei giocatori ma, al contempo, a permettere a questi di scendere in campo. A seguito della nota della Lega, le altre istituzioni iniziano a tirare i remi in barchi: il Ministro per lo sport, Vincenzo Spadafora, si auspica che “l’interesse superiore della salute possa prevalere su qualsiasi altra logica di parte”, ma che comunque “spetta a organismi sportivi [la Lega Serie A] decidere su aspetti specifici del campionato, su stasera e su eventuali ricorsi futuri”.

Insomma, la partita resta in programma, si giocherà (come?), con o senza il Napoli in campo. Molto probabilmente senza, visto che De Laurentis controbatte alla comunicazione della Lega riportando le comunicazioni delle Asl napoletane che, di fatto, impediscono la trasferta della squadra partenopea a Torino. La paradossalità della situazione, di una partita che è già evento senza essere stata ancora giocata – anzi, proprio perché probabilmente non verrà mai giocata – è marcata dal ping-pong di dichiarazioni tra le varie istituzioni coinvolte, a sua volta rimediato da diverse agenzie stampa, TV e siti internet.

Curioso è il caso di *Diretta.it*, sito web che raccoglie gli aggiornamenti relativi a gare sportive in tempo reale, solitamente consultato da chi non può seguire l’evento in chiaro, che fino a pochi istanti dell’inizio ufficiale della gara segnalava le probabili formazioni in campo. Da un lato, *Diretta.it*, apparentemente immobilizzata di fronte ai continui capovolgimenti di fronte di una partita di cui non riesce a riportare gli aggiornamenti, sembra rivelare l’illusione della propria rappresentazione mediale di fronte alla realtà; dall’altro, lo stesso sito rivela la realtà della sua rimediazione, ossia del fatto che, dopotutto, la partita si stia comunque giocando al di fuori del campo e che l’evento prenda luogo all’interno di uno scambio mediale senza referente esterno.

A questo punto, è la stessa Lega Serie A che tenta di *rimediare* alla confusione e all'imbarazzo generale stillando una sorta di copione della gara: l'arbitro Doveri attenderà i 45 minuti di rito e poi darà atto della mancata presenza del Napoli, trasmettendo il referto al Giudice Sportivo, il quale, regolamento alla mano, non potrà far altro che disporre il 3-0 a tavolino in favore della Juventus. Anche se questo copione cerca di riancorare il flusso di comunicazione alla "realtà" del campo, non fa altro che marcare il superamento della dialettica tra reale e scena (copione), incrementando ulteriormente il meccanismo di assorbimento della realtà lungo la spirale riflessiva delle proprie continue rimediazioni.

L'annuncio della formazione e l'arrivo allo stadio da parte della Juventus, *Vecchia Signora* miseramente prestatasi a questa commedia decadente, non è nient'altro che un inutile quanto parodico alibi referenziale, non solo per il team bianconero, ma in generale per un match che mostra in maniera evidente che non ha bisogno di una realtà o di un palco scenografico per realizzarsi.

Ancora più spiazzanti sono le parole del Presidente della Juventus Andrea Agnelli: "L'importante è avere lo spirito di lealtà sportivo e la voglia di giocare. Il protocollo verrà di volta in volta perfezionato, in base alla casistica. C'è un protocollo che ci permette di continuare il campionato". Il disorientamento e la parodicità di queste dichiarazioni non stanno tanto nel loro contenuto, ma nel fatto che vengano pronunciate all'interno dello *Stadium*, esattamente sul campo da gioco che sarebbe dovuto essere teatro della partita: di fronte a *11* (numero coincidente e complementare a quello dei giocatori dell'unico team in campo) spettatori sugli spalti. Ultimo tentativo parossistico e fallimentare di riportare alla realtà del campo una partita che si gioca e diffonde in maniera virale sui nostri schermi.

Dal momento che la realtà è sempre più purificata e assorbita dai media, è proprio attraverso di questi che si verifica l'irruzione dell'evento: "a tal punto che è meglio non trovarsi in luogo pubblico dove operi la televisione, data la forte probabilità di un evento violento indotto dalla sua stessa presenza. Vi è ovunque una precessione dei media sulla violenza terroristica" (Baudrillard 1990: 83).

È questa la spiegazione di Baudrillard ai tragici episodi accaduti *a margine* di Juventus – Liverpool, finale di Coppa dei Campioni del 1985, allo stadio Heysel di Bruxelles. Si tratta di un'altra partita passata alla storia non certo per il calcio giocato, ma per la violenza degli Hooligans inglesi che causò il collasso di un'ala dello stadio e la morte di 39 tifosi. Secondo Baudrillard (ivi: 86), "piuttosto che un evento, questa violenza, come il terrorismo, è la forma esplosiva che prende l'assenza di evento. O meglio la forma implosiva" (ivi: 86).

Da un lato, la rottura del sipario tra realtà e rappresentazione mediale è ciò che in qualche modo “permette” allo spettatore sugli spalti di entrare in campo: “non è forse questo che si esige dallo spettatore moderno? Non gli si chiede di diventare attore, di abbandonare la sua inerzia spettatrice e di intervenire nello spettacolo? Non è forse il leitmotiv di tutta la cultura della partecipazione?” si domanda sarcasticamente lo stesso Baudrillard (ibid.).

Dall’altro, questo assottigliamento progressivo della soglia di mediazione risulta in un incremento di riflessività della scena ipermediale e iperreale: “l’evento ‘reale’ ha luogo sotto vuoto, espurgato dal suo contesto, ed è visibile solo da lontano, televisivamente. Sorta di anticipazione chirurgica dei nostri eventi futuri: un evento talmente minimo che potrebbe non essere mai accaduto, e avere un’amplificazione massima su schermo” (ivi: 90). È così che, come gli 11 spettatori allo Stadium, tentiamo invano di comprendere e di essere comprese nella realtà dell’evento attraverso i nostri schermi.

#### 7.9. La mosca fa *buzz*...

Nell’ultima corsa alla Casa Bianca, il tradizionale confronto tra i due candidati alla vicepresidenza, Michael Pence e Kamala Harris, ha visto una terza comparsa affermarsi come protagonista assoluta della serata. Durante il dibattito, una mosca si è poggiata per qualche istante sulla testa del candidato repubblicano, riscuotendo un incredibile successo tra le fila di telespettatori e non solo (fig. 14). Numerosissime/i utenti social, attraverso la continua rimediazione delle immagini televisive su diverse piattaforme, hanno favorito la diffusione virale e il prolungamento di quegli istanti di celebrità per il piccolo insetto.



Fig. 14: Mosca sui capelli di Michael Pence.

Le mosche sono appunto piccoli insetti, sì fastidiosi, ma piuttosto innocui per destare scalpore o attrarre una particolare attenzione. Tant'è che, per esempio, in francese, il termine per indicare una “spia”, *mouchard*, in riferimento all'abilità nel non farsi notare o scoprire, ha la stessa radice etimologica della parola *mouche*, per l'appunto “mosca”. Anche in italiano talvolta si ricorre all'espressione “vorrei essere una mosca” per esprimere il desiderio di poter assistere a una determinata situazione, o di poter ascoltare una certa discussione, senza che nessuno possa accorgersi della nostra presenza indiscreta. Allora, come afferma Sally Hickson (2020), è doveroso chiedersi come mai una mosca sia diventata così famosa.

In realtà, proprio in virtù della loro sostanziale indifferenza, le mosche sono state figure spesso significative nella storia dell'arte e, più in generale, in quella del medium della rappresentazione. Per esempio, in alcuni ritratti Rinascimentali, la mosca, nella sua irrilevante presenza, stava a segnalare la limitatezza e la transitorietà della singola vita umana in relazione alla grandezza del cosmo e al ciclo perenne della natura. Più o meno lo stesso significato di caducità e di relatività del tempo di vita è attribuibile alle mosche dipinte su numerose tele di Salvador Dalì - si veda in particolare l'opera *La persistenza della memoria* (fig. 15).

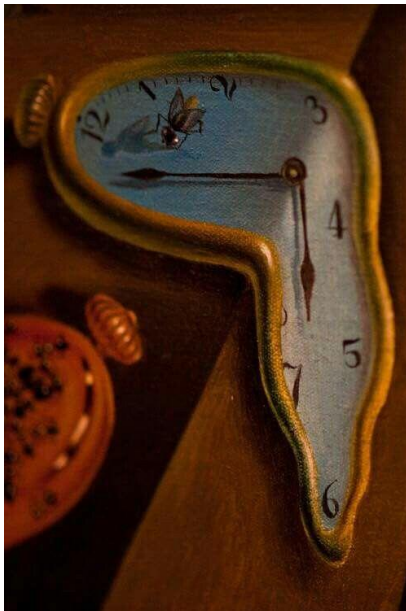


Fig. 15: Salvador Dalì, *La persistenza della memoria*, 1931 – dettaglio mosca.

Oltre che un segno volto ad attribuire un certo significato simbolico e metaforico alla rappresentazione, la piccolezza della mosca è un marchio che rivela

la funzione presentativa e il valore artistico dell'opera in cui l'insetto viene rappresentato. Nel caso del *trompe l'oeil*, l'artista spesso usava apporre una mosca per ingannare lo spettatore della realtà della rappresentazione, spingendolo al gesto di farla volare via per svelarne infine così l'illusione.

Ancora più emblematico è il caso di *Ritratto di un certosino*, dipinto dal pittore belga Petrus Christus nel 1446 (fig. 16). Nell'opera, una mosca raffigurata come se stesse poggiata sopra il lato inferiore della cornice, proprio in funzione della sua realistica e del suo posizionamento strategico, ci rivela essere ciò che non sembra: una rappresentazione, segnalando la soglia di entrata in questo spazio dell'illusione e il confine con lo spazio della realtà - segnalando il medium nel momento massimo della sua trasparenza (fig. 17).



Fig. 16: PetrusChristus, *Ritratto di un certosino*, 1446.



Fig. 17: *Ritratto di un certosino*-dettaglio mosca.

Un esempio analogo ci è dato da Giorgio Vasari. L'artista narra la storia di quando Giotto prese in giro il proprio maestro Cimabue aggiungendo ad un'opera di quest'ultimo la raffigurazione di una mosca così realistica da ingannare lo stesso Cimabue – inganno che sancì il proverbiale superamento del maestro da parte dell'allievo. L'eccesso di realistica della rappresentazione e di trasparenza del medium è ciò che di fatto ne rivela l'illusione costitutiva, il carattere mediato e ipermediato. La ri-velazione del medium assume la forma di una rimediazione: l'opera di Giotto si giustappone a quella di Cimabue, contribuendo ad accrescerne al contempo l'effetto di immediatezza e di ipermediazione.

Seguendo il ragionamento di Hickson, e forse forzando un po' l'interpretazione, possiamo dare un significato complessivo alla presenza della



mosca in questa serie di sue occorrenze mediali: essa è sempre stata usata per fare un punto sulle *apparenze* e le *illusioni* che abitano la *realtà* del nostro mondo. Si tratta della mondanità colta nella sua vanità, elusività, corruzione e marcescenza: è qui che le mosche vanno a posarsi per proliferare (un tempo non troppo lontano, si credeva addirittura che esse nascessero direttamente da questa stessa realtà marcescente). Si tratta della realtà della rimediazione, che mentre ci spinge a chiederci a quale mondo appartenga la mosca che appare sullo schermo o sulla tela, se abbia origine al di qua o al di là di questa barriera, ci ri-vela come questa stessa linea di mediazione, piuttosto che un confine tra realtà e illusione, favorisca la promiscuità tra queste due dimensioni.

La mosca, nell'estremizzare la realtà della rappresentazione, non fa che rivelare l'illusione e la vanità costitutiva sia della rappresentazione sia del reale nella loro definizione e rimediazione reciproca. È sulla soglia di questa relazione illusiva ed elusiva, che si ridefinisce e restringe ad ogni sua rimediazione, che la mosca trova la sua origine e finalità: pur nella sua inconsistenza e marginalità è sempre capace di fare un gran *buzz* nella nostra realtà sociale, o perlomeno, attraverso i nostri schermi social.

#### 7.10. Una storia di paura

Dietro un'apparente familiarità e quotidianità, i media celano degli aspetti che li rendono di fatto ignoti e sinistri ai nostri occhi. La storia dei media è ricca di ansie e timori per la cattiva influenza che questi oggetti possono avere sul proprio pubblico, per la minaccia che costituiscono con la loro costante presenza nella nostre case e nella nostre vite quotidiane: cosa c'è *dietro* e *dentro* questi media che crediamo di avere addomesticato e reso funzionali alle nostre esigenze di comunicazione, informazione e intrattenimento? Cos'è che ancora ci perturba?

Questa stessa storia, o meglio, queste storie sono anche ricche di vuoti, di passaggi mancanti, discrepanze e disparità che le rendono ancora di più dei racconti di mistero e paura: molte di esse sono del tutto marginali e alle più sconosciute, forse perché prive di quel tono sensazionalistico e mitico che spesso ha caratterizzato le narrazioni dominanti sui media divenuti poi egemoni.

Pur costituendo un campo disciplinare dai confini ancora incerti, l'archeologia dei media in generale concentra i propri sforzi sulla ricostruzione di queste storie marginali, oscure, che spesso vedono come protagonisti vecchi media, o semplicemente media che non sono passati alla storia. La ricerca archeologica

cerca di portare alla luce gli antenati di molte tecnologie del nostro presente, mettendo in evidenza la mancanza di linearità di queste relazioni di parentela e della storia dei media *tout court*: un intreccio che si pone in contrasto rispetto a quello sguardo mainstream volto ad esaltare le sorti splendenti della storia delle tecnologie della comunicazione e che vede in ogni innovazione l'inevitabile punto di arrivo di un processo evolutivo.

In opposizione a questa retorica del progresso, il metodo epistemologico dell'archeologia dei media - sul modello foucaultiano dell'*Archeologia del sapere* (1969) – consiste nello scavare alla ricerca delle *tracce materiali* del passato dei media, sedimentatesi attraverso le stratificazioni della storia: delle tracce che costituiscono le condizioni di esistenza e di funzionamento materiale dei media, al di là della loro esistenza in funzione dell'essere umano, della loro rilevanza culturale e storica, e ben oltre una presunta teleologia.

In alcune delle sue frange più radicali, l'archeologia dei media lascia del tutto fuori l'aspetto discorsivo dei/sui media, per concentrarsi esclusivamente sul loro principio autonomo di funzionamento, vera istanza tecnica che pone le condizioni del dicibile (cfr. Ernst 2013). La rigorosità dello scavo archeologico, epurato dai qualsiasi detrito discorsivo e culturalizzante, conferisce così ai media un'esistenza autonoma: dà loro vita, rendendoli paradossalmente degli oggetti ibridi, dei feticci.

Infondo, è proprio questa consapevolezza della vita autonoma e misteriosa dei media ciò che suscita fantasie, miti e paure sui loro riguardi. Insomma, sia che la storia dei media sia ricostruita attraverso la riscoperta delle tracce materiali e strettamente tecniche, sia che questa narrazione assuma un carattere più *teleologico*, in alcuni casi addirittura *teologico* (cfr. Boni 2017) – ovvero quando si concentra sul senso umano individuale e sociale, sui successi e sugli scandali di questi media umanizzati e divinizzati – essa sembra essere comunque una narrazione dal carattere inquietante e feticistico.

Jeffrey Sconce (2000), uno degli archeologi dei media più interessanti dal nostro punto di vista, riscontra nella presenza dei cosiddetti *uncanny media*, ovvero dei media perturbanti, uno dei *topoi* più ricorrenti nella storia dei media. In generale, il carattere di inquietudine è rintracciabile nello stesso statuto di *medium* che definisce ciascuno di questi elementi, ossia nella funzione di mediazione tra la realtà della spettatore e la *realtà* al di là dello schermo. I media aprono ad altri cronotopi, spesso distanti non solo nello spazio ma anche nel tempo: un *aldilà* infestato da esseri virtuali, talvolta mostruosi e ultraterreni, che anche quando sembrano assumere forme a noi più familiari e acquisire una certa prossimità, ci

lasciano sempre perplessi di fronte alla loro lontananza e consistenza eterea, ultraterrena.

Come dimostrano gli studi archeologici di Peters (1999) e dello stesso Sconce (2000), l'emergere dei media elettrici, a partire dalla seconda metà del XIX secolo, fu segnato da un rapporto metaforico e simbolico, e talvolta indicale, con il mondo del paranormale e del sovrannaturale. Un caso particolare è costituito dal paragone tra lo sviluppo della telegrafia senza fili e alcuni studi ed esperimenti sulla telepatia. Come affermato da Natale (2002: 59) “è significativo che molti ricercatori che hanno svolto un importante ruolo nello sviluppo delle telecomunicazioni elettriche fossero anche profondamente interessati ai fenomeni paranormali”.

Boni (2017), concentrandosi invece maggiormente sulla televisione, definito come il “medium più spettrale”, afferma come questa divenga il vero spazio perturbante della casa, posizionata “ai confini della realtà” e capace di metterci in contatto con le “frontiere esterne”: espliciti riferimenti a due serie TV, *Ai confini della realtà* (CBS 1959-1964) e *The outer limits* (ABC 1963-1965), che hanno utilizzato le loro sigle di apertura e chiusura, e gli stessi titoli, per marcare il momento televisivo di passaggio e di apertura verso uno spazio dell'occulto e del paranormale. Più in generale, si può affermare che i media si presentano come una zona grigia, una vera e propria *twilight zone*<sup>79</sup>, tra presenza e assenza, che getta la propria ombra sulla nostra quotidianità.

Nel caso di *Poltergeist* (1982), è il cinema a rimediare questo ruolo di soglia della televisione, mezzo di comunicazione dei fantasmi che infestano la casa in cui è ambientata la storia del film. In questa rimediazione, non solo si esplicita uno dei modi in cui un medium (la televisione) diventi il contenuto di un altro medium (il cinema), ma se ne deduce come i media da infestati divengano progressivamente essi stessi contenuti infestanti di altri media e, come nel caso della televisione, delle nostre case. La ragione è legata al ruolo ambivalente della stessa TV: tra finestra sul (*l'altro*) mondo e specchio dell'interno (*inferno*) domestico<sup>80</sup>.

Come visto in precedenza, la trasparenza del medium che mette in contatto l'ambiente domestico e il mondo esterno si risolve sempre in una chiusura riflessiva sul medium stesso, sulla propria logica operativa e, in particolare, sulla logica della rimediazione. Un esempio calzante ce lo propone ancora una volta Boni: nel film *The Ring* (2002), il fantasma e la maledizione di una bambina,

---

<sup>79</sup> Titolo originale della serie *Ai confini della realtà*, citata poco fa.

<sup>80</sup> Si veda Boni (2017) per questa declinazione terminologica del ruolo della TV. Per una prospettiva più generale sullo stesso tema, si veda Spigel (1992), il cui lavoro sarà ampiamente ripreso nel capitolo dedicato alla TV (9.4).

Samara, si diffonde attraverso una videocassetta. Chi guarda il video contenuto nel nastro riceve una telefonata che annuncia la morte del destinatario dopo sette giorni; le persone contattate e contagiate vengono poi uccise dal fantasma di Samara che fuoriesce dallo schermo dove una settimana prima era stata visualizzata la cassetta (fig. 18).

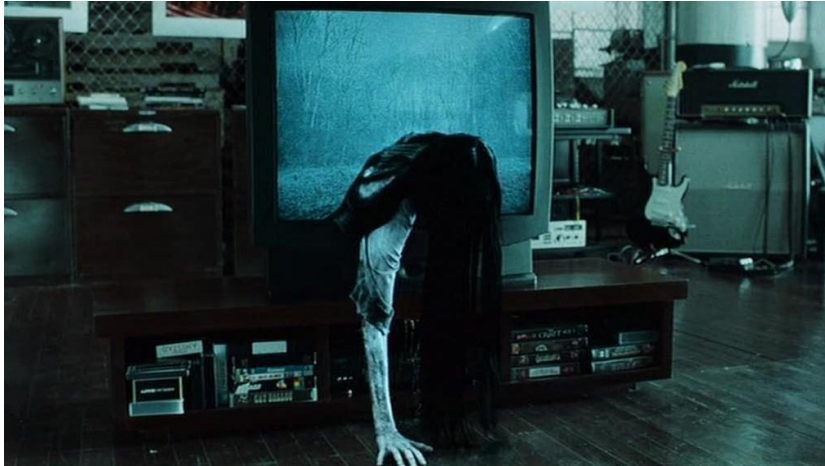


Fig. 18: Una delle scene più iconiche di the *The Ring*.

Oltre all'estensiva presenza di media e delle loro relazioni a caratterizzare la trama del film, *The Ring* ci mostra come la paura di ciò che possa uscire dalla televisione (Samara) è l'effetto finale e superficiale di una più profonda paura per ciò che possa diffondersi (la maledizione) in maniera sempre più immediata e virale attraverso la fitta rete di connessioni che i media costituiscono tra di loro, e che, a sua volta costituisce il senso profondo di ciascun medium.

Tutto questo, tra l'altro, passa attraverso una serie di media come la videocassetta, il videoregistratore e il telefono fisso, ormai e già allora desueti, vecchi, per certi versi morti. I media non costituiscono più solo una finestra trasparente che permette il passaggio verso e dall'aldilà, di riportare in vita i morti, ma sono diventati essi stessi degli *zombie*: dispositivi che riprendono vita nella loro continua rimediazione da parte di media più nuovi, a loro volta definiti esclusivamente in funzione di questa rimediazione.

Anche laddove il medium non è ripresentato nella sua versione zombie, ma se ne cerca di esprimere tutta la *vitalità*, il racconto può assumere i tratti di una storia di paura. Sulla scorta di Ortoleva (1996), Natale (2012) evidenzia come un altro dei *topoi* o degli stili che ricorre maggiormente nella storia dei media è quello dell'*aneddoto*: un modo per rafforzare i tratti della "personalità" di un determinato medium attraverso il racconto di un episodio particolare della propria storia, o della propria *biografia*. Questi aneddoti contribuiscono a definire l'identità del nuovo

medium in questione sulla base dell'immaginario umano e umanizzante suscitato nel pubblico.

Si è già visto l'aneddoto sul cosiddetto "effetto treno" (*train effect*) che ha caratterizzato le origini della storia del cinema e l'immaginario relativo (cfr. 7.2.). Molti degli studi volti a testare la verità di questo episodio hanno rivelato come fosse difficile che le prime pellicole potessero conferire un così grande senso di realtà agli occhi del pubblico in sala, e che quindi l'aneddoto sia in fondo un miscuglio di realtà, esagerazione e fantasia<sup>81</sup>.

Del tutto veritiero risulta invece essere l'aneddoto sulla "Guerra dei mondi", una trasmissione radiofonica di Orson Welles che nel 1938 causò grande panico tra gli ascoltatori alla notizia mendace di un'invasione aliena. Questo "mito delle origini" (cfr. Bottomore 1999) del medium della radio e, più in generale, del *broadcasting*, mette in evidenza l'inquietudine e la paura con le quali erano percepite e immaginate le comunicazioni di massa all'epoca del loro avvento, della loro *novità*.

Le fasi di introduzione di un nuovo medium sono in generale le più prolifiche di immaginari e fantasie: "un campo sul quale una vasta gamma di speranze e paure viene proiettata e presa in considerazione" (Sturken *et al.* 2004: 1). Queste stesse fasi iniziali sono solitamente accompagnate e, in qualche occasione, addirittura anticipate da "rappresentazioni talvolta euforiche, talvolta terrorizzate dei media elettronici" (Boddy 2004: 4)<sup>82</sup>

Tuttavia, gli immaginari, le percezioni euforiche o disforiche legate all'avvento di un nuovo medium sono sempre rivelatrici del modo in cui questo si inserisce all'interno di un sistema di relazioni con le tecnologie che l'hanno preceduto: ovvero del modo in cui il "nuovo" è capace di rendersi più utopico o distopico rispetto alla *realtà* del "vecchio" su cui si innesta (cfr. Gitelman 2006). In altre parole, gli aneddoti, i miti dell'origine, pur tentando di restituirci un'immagine o un immaginario dell'avvenire, ci dicono qualcosa su come la novità rimedi il *medium* precedente, inteso come l'ambiente attraverso cui le persone esperiscono e continuano a negoziare il senso della realtà:

Le fantasie ci aiutano a capire che cosa si intendesse per 'consapevolezza' in una data epoca, che cosa fosse lecito pensare e quali pensieri non fossero ancora, o non più ammissibili [...] non si tratta di pure fantasie forse, dal momento che prendono

---

<sup>81</sup> Cfr. Natale (2012) per una ricostruzione più accurata degli studi sulla nascita, la diffusione e la verità dell'aneddoto sul *train effect*.

<sup>82</sup> A tale proposito si faccia riferimento anche al lavoro di Kluitenberg e, in particolare, al suo *Book of imaginary media* (2006).

le mosse da una realtà percepita. Sogni e fantasie rispecchiano gli ambiti di cui le persone sono consapevoli e in cui vivono, sono l'espressione di istanze sociali autentiche. (Marvin 1988: 8-9)

Così, se da un lato, gli immaginari e le percezioni rivelateci da questi aneddoti contribuiscono a definire il significato culturale e il senso estetico del nuovo medium, questo significato e questo senso sono a loro volta definiti dall'ambiente mediale di partenza: dal modo in cui il nuovo medium rimedia quello precedente. Una prospettiva che sembra assorbire queste fantasie e questi miti nel determinismo tecnologico di deriva McLuhaniana o tipico di alcune frange estreme dell'archeologia dei media.

Tuttavia - ed è questo il grande merito della rilettura di McLuhan da parte di Bolter e Grusin - è utile sottolineare che ciò che il nuovo medium rimedia, non è tanto un dispositivo mediale precedente, nella sua componente strettamente tecnico-operativa, ma quella soglia di mediazione tra reale e immaginario/percepito che continua ad assottigliarsi e ripiegarsi riflessivamente su se stessa ad ogni sua rimediazione.

Il tentativo di dare un senso umano e un immaginario culturale al medium della nostra esperienza risulta in una narrazione che paradossalmente fa emergere l'alterità, la mostruosità di quest'immaginario: ciò da cui deriva il proprio fascino feticistico. Al contempo, ripulire il medium da questo senso culturale e sociale, da questo riflesso ideologico della propria struttura materiale, conferisce al medium un'autonomia operativa, una sorta di vita propria, che non fa che spostare il nostro sguardo feticista dall'immaginario del medium allo stesso medium divenuto feticcio. Si tratta di un feticismo che non è proprio del dispositivo tecnico, volto a sostenerne il consumo estetico individualizzato, ma un valore feticizzato sostenuto dalla relazione che il nuovo medium intrattiene con gli altri elementi dell'ambiente mediale e culturale sul quale si innesta.

Proprio in riferimento al *feticismo*, Marx usò la nozione di *fantasmagoria* per descrivere la recita delle merci, possedute da un valore che sembrano incarnare, ma che è solo una parte in un gioco delle parti, un ruolo in una messa in scena collettiva (*play*) della nostra realtà sociale. Boni, sulla scorta di Benjamin, ci invita a guardare allo spettacolo e all'immaginario dei media mediante la stessa nozione. A furia di testare e tastare la realtà dei fantasmi che infestano ciascuna nuova tecnologia in relazione a quella precedente, questi sembrano essersi davvero materializzati nel passaggio da un medium all'altro: una soglia che costituisce sempre di più il nostro ambiente esperienziale - oscenità che ci repelle ma in cui siamo troppo invischiati per poter scappare.

## 8. La nuova arena *social(e)*

Le piattaforme social oggi giorno giocano un ruolo di mediazione tra la sfera individuale del sé e l'arena sociale in cui questa viene continuamente riprodotta e consumata. Il richiamo costante e ormai retorico di discorsi e delle piattaforme mediali a seguire la propria personalità, a scoprire la propria vera essenza, opera di fatto la sostituzione del soggetto (sia in quanto ideale, sia in quanto agente concreto) con un suo simulacro mediato e mediale: un target, un account, un profilo.

La retorica e la pratica della *personalizzazione* determina e muove le istanze soggettive come pedine all'interno di un vero e proprio gioco delle parti. Nell'arena social e virtuale, l'assenza di un soggetto concreto è esorcizzata attraverso la costruzione di un sé generico: modello declinabile in una serie di differenze o variabili che si definiscono comunque all'interno di una stessa griglia operativa. Basti pensare alla *mia pagina personale* che ormai troviamo su ogni sito commerciale o applicazione social, infondo non troppo diversa rispetto alle pagine personali degli/delle altri/e utenti. Si può dunque affermare che la personalizzazione agisce come una sorta di codice o regola di differenziazione e, allo stesso tempo, di omologazione di queste differenze. Piuttosto che essere "protagonisti" della nostra vita, diveniamo semplici comparse in una messa in scena collettiva: elementi scambio delle differenze con il rischio di "un totale anonimato dal momento che la differenza è ciò che per definizione non ha nome proprio" (Baudrillard 1979: 44).

Questo gioco delle parti è oggi giorno sempre più razionalizzato dall'architettura ideologica e tecnologica di molti dei social media di uso quotidiano. La produzione e il consumo dei contenuti è sempre concepito in funzione del loro scambio su queste piattaforme. Scambiare, diffondere, condividere e ricondividere sono difatti azioni che precedono, perlomeno logicamente, qualsiasi sviluppo di un prodotto discreto e soggettivo. Gli elementi che circolano sulle nostre bacheche online non sono più oggetti che rimandano a un referente concreto al di fuori del loro circuito; essi sono concepiti direttamente per essere condivisi, ed è proprio all'interno della catena di rimandi che essi acquisiscono il proprio significato, il proprio valore differenziale e feticizzato.

Riflessivamente, lo stesso accade per quanto riguarda il soggetto che vi sta dietro. Sebbene esso sia ricostruibile, in maniera simulacrale, a partire dalle tracce lasciate nel proprio profilo attraverso il contenuto enunciato, quest'ultimo non ha la

funzione di mettere in scena il soggetto dell'enunciazione tramite una sorta di relazione indicale o iconica del tipo: *questo mi rappresenta*. Un qualsiasi contenuto rappresenta per il soggetto da cui viene diffuso/condiviso più che altro una nuova forma di *indice codificato*, che ne attesta la conoscenza e la condivisione del codice della piattaforma, l'appartenenza a uno luogo comune, e l'identità esclusivamente in quanto profilo/utente di quella piattaforma. Insomma, non ci potrebbe essere nessun contenuto, pagina, profilo personale senza un codice condiviso attraverso cui esprimere la propria differenza, la propria personalità, o più correttamente, il proprio ruolo.

La relazione logica tra personalizzazione e condivisione potrebbe leggersi in questo modo: ciò che motiva la produzione e condivisione di contenuti personali è sì il bisogno o desiderio di far emergere la propria personalità, ma nel senso di accrescerne il proprio valore sociale di scambio. A tale proposito, non è un caso che i nostri contenuti sono spesso definiti da hashtag come strumenti di codificazione e di condivisione non solo di una specifica tendenza social(e), ma anche espressione di condivisione del codice autoreferenziale della stessa piattaforma.

In questo meccanismo, il feticismo non si poggia sul valore d'uso o segno positivo del contenuto discreto (proiezione di un soggetto alienato nel suo prodotto), ma sul valore di scambio-segno di un elemento differenziale, in relazione a tutti gli altri elementi della serie (riflesso del valore di scambio-sociale della persona). Questo capitolo verterà proprio su questo feticismo della serie che caratterizza i nostri social media. Nonostante appartengano ad una nuova generazione di media improntati all'immediatezza dell'esperienza e all'ideale del contatto, i social media esibiscono tutto il loro carattere ipermediato, tutta la propria logica riflessiva, a partire dalla quale le relazioni social(i) tra gli utenti si feticizzano.

Ciò, per certi versi, ci spinge a rilevare un legame tra i nuovi social media e i vecchi media della riproduzione meccanica. Allo stesso tempo - già a partire da questo capitolo - vedremo come i social media dimostrino la loro conformità al panorama digitale contemporaneo, per la capacità di configurare un mondo, un luogo comune dell'esperienza, proprio a partire da una riflessione sul loro principio seriale e (trans)mediale. Più avanti, vedremo come tale aspetto ambientale si espliciti nella relazione che i social media intrattengono con un *vecchio* medium quale la televisione e, in particolare, con la serialità televisiva (capitolo 9). In altre parole, è sempre e solo in funzione della doppia logica della rimediazione che si tenterà di rilevare la specificità dei nostri social media.



## 8.1. #foodart

Nei social media l'esibizione e ostentazione narcisistica del sé tradisce una fragilità dell'ideale del soggetto, della sua produzione, dei suoi oggetti e delle sue immagini, attraverso le quali non riesce più a riflettersi e riconoscere se stesso. Come visto in precedenza, si tratta in realtà di un'ambivalenza che ha da sempre caratterizzato il sistema della cultura occidentale e moderna ed è solamente ulteriormente razionalizzata dai media contemporanei.

Nell'attuale scenario culturale e mediale è sempre più registrabile un tentativo di trasformazione di prodotti riproducibili e seriali in opere autoriali (e viceversa) attraverso il dispositivo della firma. In particolare, vi è da notare l'estesa diffusione di contenuti legati al mondo del cibo e della cucina che sembrano sempre di più ricercare un valore autoriale, se non addirittura artistico. Non a caso spesso ci si riferisce a questo fenomeno con espressioni quali "cibo d'autore", "cibo firmato" e "(#)foodart" che rendono esplicita la relazione tra cibo, arte (e autorialità) e discorso social(e).

Il Mercato Centrale nella stazione di Roma Termini è un esempio emblematico di come questo discorso viene messo in pratica<sup>83</sup>. All'ingresso del Mercato, ma ripetuto in diversi formati e in più punti, un cartellone elenca i cibi che si possono trovare e consumare all'interno dello spazio. Questo menù non mostra dei piatti specifici, ma i prodotti generici che sono alla base dell'offerta. Nonostante la generalità dei prodotti presentati (pane e dolci, pasta fresca, carne e salumi, ecc...), questi sono sempre accompagnati dal nome del produttore o di chi li elabora - nel caso ci chiedessimo "chi è l'autore del carciofo?". A tale proposito, Ilenia Caleo (2017) parla della necessità di "dare un nome proprio alle cose, anzi, il proprio nome alle cose", mettendo in evidenza la forzatura discorsiva che lega necessariamente "il formaggio" a Beppe Giovale, o "il pesce fresco" alla famiglia Galluzzi (fig. 19).

---

<sup>83</sup> La seguente analisi si riferisce all'allestimento del Mercato risalente al 2019.



Fig. 19: Menù del *Mercato Centrale*, Stazione di Roma Termini, 2019.

Caleo parla di questo menù come “*indice di un libro*” (ibid., *corsivo nostro*). Seppur la prospettiva di Caleo non è quella strettamente semiotica, l’uso del termine “indice” richiama il discorso sui legami segnici tra opera e autore fatto in precedenza (5.1). Nel caso del menù, la firma serve a costruire un rapporto indicale tra produttore e prodotto, e a conferire a quest’ultimo lo stesso valore di autenticità e artisticità di un’opera.

Tuttavia, se nel campo dell’arte si assiste ad una trasformazione e astrazione di un effettivo rapporto indicale in una sua ripetizione codificata che dà forma e valore alla cosiddetta serie firmata, nel caso del cibo, lo stesso rapporto è frutto di una totale simulazione attraverso una firma serializzata posta a posteriori su un cibo generico, prodotto di un lavoro in serie, ripetitivo, e spesso industriale. Non si tratta nemmeno dell’ormai consolidata logica del logo o del brand, attraverso cui un lavoro collettivo è cristallizzato sì da un unico nome proprio, ma anch’esso generalmente (ri)conosciuto come collettivo – o perlomeno non ascrivibile ad una singola persona in carne ed ossa, come invece avviene nell’esempio sopracitato. È in questa radicalizzazione del discorso dell’autorialità che si consuma l’inganno feticistico: la firma marca, risignifica fino a dissolvere il legame di produzione materiale, e ciò che è (il) prodotto viene concepito e presentato come un oggetto di consumo.

Allo stesso modo, spostandoci proprio sul lato del consumo, la degustazione di un piatto firmato da un grande chef, di un piatto *#foodart*, non si limita ad un'esperienza sensoriale fuori dalla norma, ad un piacere edonistico eccezionale, ma significa l'esclusività di prendere parte ad una tavola prestigiosa. Condivisione di un pasto e di un'esperienza sociale tra pochi privilegiati che va condivisa ulteriormente sui social per marcare e sancire il proprio ruolo di prestigio attraverso il consumo.

Anche quando il tema dell'immagine non è tanto il consumo di un piatto firmato da uno chef, ma la produzione di un piatto creativo, la sua condivisione sui social non è esente da questa logica di consumo (e produzione) di ruoli e differenze sociali. La condivisione, come logica e prassi contemporanea di messa in scena del sé, si rivela in ogni caso un meccanismo di parziale astrazione dalla materialità del soggetto produttore e dalla singolarità dell'oggetto prodotto. Il piatto di spaghetti alle vongole postato su Instagram non è più (e forse non è mai stato) cibo da mangiare, ma viene direttamente concepito per essere fotografato e immesso nel circuito di immagini sui social, all'interno del quale acquisisce valore il proprio valore feticcio.

Sebbene le tracce della soggettività sono inscritte nelle immagini dei piatti consumati, autoprodotti e condivisi, il senso ultimo di questi contenuti mediali non sta tanto nella messa in scena dell'individualità del soggetto attraverso l'oggetto prodotto/consumato, ma nella celebrazione della socialità nella sua versione più feticizzata: ovvero in termini di relazioni intersoggettive mediate da catene di immagini di cibo sulle piattaforme digitali.

L'ipotesi che si vuole portare avanti è che il consumo social(e) di cibo costituisca una versione contemporanea della *dépense* nel campo dell'arte (cfr. 5.1.). Tuttavia gli sforzi di ricostruire analogie tra i due processi tradiscono l'emergere di diversità piuttosto evidenti. Sebbene la *dépense* è un processo che tende a dissolvere l'affermazione di un'istanza individuale, essa si presenta ancora come una competizione situata, altamente performativa, volta a negare l'astrazione del valore di scambio e lo specifico rapporto capitalistico di concorrenza per instaurare una parità aristocratica. Al contrario, nel consumo contemporaneo e quotidiano di cibo (e delle sue immagini) non vi è più sfida aristocratica, ma calcolo e riproduzione automatica delle soggettività come differenze codificate tramite modelli astratti.

Non è un caso che le immagini di piatti che produciamo sui nostri profili social siano spesso definite da hashtag come segni di tendenza sociale, ma anche come dispositivi informatici di serializzazione dell'immagine. L'hashtag è

diventato una firma collettiva e convenzionale necessaria alla produzione e manifestazione del sé mediale e sociale, anche nel caso della creazione o del consumo dei piatti più originali e artistici.

Per chiarire ulteriormente questo punto, può essere utile mettere a confronto due brand di patatine industriali. Prendiamo ad esempio l'iconico packaging delle patatine Pringles (fig. 20). Pur senza troppe ambizioni artistiche, questo prodotto emblemizza il discorso portato avanti dalla pop-art dal momento che ciò che viene estetizzato e valorizzato è proprio l'aspetto di riproducibilità tecnica e industriale: la solidità dei tubi di uguale dimensione e grafica, le cui differenze cromatiche si richiamano l'un l'altra piuttosto che significare positivamente ciascuna il proprio gusto; si tratta di una serializzazione e industrializzazione metonimicamente riprodotta a livello del singolo tubo, all'interno del quale le patatine, impilate alla perfezione grazie alla loro forma peculiare, ma comune a tutte, costituiscono moduli pre-fabbricati che si compongono (e significano) reciprocamente, in serie, o in pila in questo caso specifico.



Fig. 20: Packaging patatine *Pringles*.

Tutt'altra logica sembra sottendere la campagna di successo della *San Carlo: La Rustica* firmata *Carlo Cracco*: un'unica patatina rifinita da un condimento originale (e di difficile comprensione); la stessa non convenzionalità di usare la patatina come base per un condimento è segno della necessità di stare “in cucina con audacia” così come sottoscritto dallo chef stellato (fig. 21). Ciò che viene promosso non è dunque un prodotto già pronto da consumare, ma l'idea di dare un tocco o un gusto personale a un prodotto, al fine di trasformarlo in un vero e proprio piatto.



Fig. 21: Campagna pubblicità *Rustica San Carlo*

Eppure, come mostra un'altra immagine relativa alla stessa campagna, l'audacia del gesto soggettivo e unico si perde nella propria ripetizione seriale in termini di differenza già codificata, che induce ad un consumo feticizzato della serie ("scoprile tutte") piuttosto che spingere alla creazione artistica di un singolo piatto (fig. 22). La Rustica diventa il modello prestabilito all'interno del quale esprimere il proprio estro creativo, la propria soggettività. Lo stesso gesto di Cracco – in un'altra immagine della stessa campagna (fig. 23) - come un passaggio di consegne, diventa così un'istruzione prestabilita, un indice codificato verso un "te" generico le cui produzioni e il cui consumo sono sussunti da un preciso modello creativo e fruitivo.

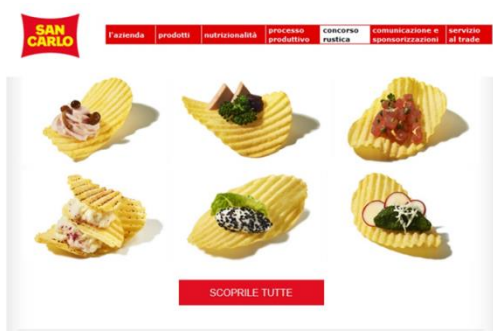


Fig. 22: *Rustica San Carlo*: "Scoprile tutte".



Fig. 23: *Rustica San Carlo*, "Ora tocca a te"

I nostri contenuti si presentano così come frutti di una produzione individuale, autoriale, che goffamente mima quell'artistica sino a diventarne l'opposto parodico: consumo sociale e normativo. Così il consumatore di cibo e delle sue immagini è sempre costretto a bilanciare senza possibilità di speculazione e sperpero tra fame e fama, tra una condivisione su *facebook* di un pranzo @MercatoCentrale e una foto su *instagram* del piatto #foodart preparato a casa propria: celebrazione di una socialità a spizzichi e bocconi.

## 8.2. #foodporn

Come appena visto, nell'arena social(e) contemporanea il consumo di cibo coinvolge l'intera gamma sensoriale e va oltre la sua funzione nutritiva, il suo valore d'uso: il cibo non è più (e forse non lo è mai stato) qualcosa solamente da mangiare, ma diviene un oggetto da mostrare, guardare e condividere socialmente. La crescita vertiginosa di immagini e foto di piatti sui social media esprime e rinnova la funzione sociale e comunicativa del cibo. Se il tradizionale legame di consumo materiale con il cibo è marginalizzato, le sue immagini sono ancora capaci di creare connessioni con e soprattutto tra i suoi consumatori. Tuttavia, la condivisione e l'esibizione di queste immagini è assai ambivalente nello stabilire determinati modelli di relazione estetica e sociale.

Oltre il *#foodart*, uno dei principali indicatori social di questa nuova comprensione del cibo e delle sue immagini è l'hashtag *#foodporn* (fig. 24). Lo strumento dell'*hashtag* in sé significa l'emersione di un corpus consistente e coerente di immagini dalle caratteristiche figurative o tematiche comuni, e dunque ascrivibili ad una stessa etichetta (l'hashtag appunto) e, allo stesso tempo, la rilevanza e il valore sociale di questo corpus. La specifica etichetta 'foodporn', invece, ci dà l'opportunità di individuare quali sono queste caratteristiche comuni, attraverso le quali si declina la categoria generale e si sviluppa la tendenza social.

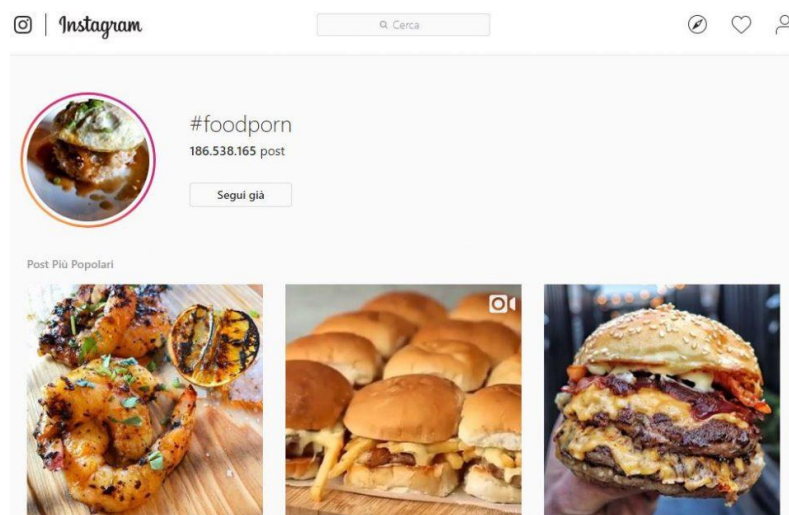


Fig. 24: #foodporn

Come vedremo, è precisamente la natura auto-evidente dell'immagine pornografica che mette in questione il suo ruolo effettivo nel mediare e favorire la socialità degli user. Allo stesso tempo, la totale trasparenza dell'immagine sull'oggetto in esposizione è in realtà effetto di una serie di tagli ed esclusioni che

rendono la figura un dettaglio in una serie di prospettive diverse e possibili narrazioni sullo stesso oggetto. Così, l'immagine #foodporn continuamente rivela e ri-vela alcuni dei suoi aspetti segreti e tutte le proprie potenzialità espressive.

Roland Barthes offre alcune tra le prime letture semiotiche sul fenomeno del cibo, di cui viene rilevato il significato e il valore socio-culturale. L'autore interpreta il cibo come un sistema comunicativo, evidenziando la sua capacità di parlare dei propri consumatori e dei loro contesti sociali.

In particolare, Barthes si concentra molto sulle immagini relative a piatti e prodotti alimentari ben prima dell'avvento dei media digitali. In *Miti d'oggi* (1957), vengono descritte una serie di fotografie di cibo prese dalla rivista *Elle*. Ogni piatto sembra essere avvolto e messo in risalto dalla presenza di una sorta di patina lucida, la quale attrae lo sguardo del consumatore e, al contempo, esclude lo stesso consumatore proiettando il cibo in una dimensione altra, di immaginazione e fantasia.

Oggi giorno, le immagini pornografiche di cibo che circolano costantemente sui nostri social media portano all'estremo questa particolare messa in scena del cibo e il relativo fascino feticista. Secondo Tito Vagni (2017), l'hashtag #foodporn è comprensibile attraverso la categoria di "oscenità" così come teorizzata da Baudrillard e vista in questo lavoro a più riprese. Quest'ultimo analizza l'avanzata dei media nella formazione del sociale in termini di passaggio dalla *scena* come spazio di rappresentazione, che ancora mantiene una distanza significativa tra l'immagine/oggetto e lo spettatore/soggetto, all'*osceno*, caratterizzato invece dall'eccessiva prossimità all'oggetto che nega qualsiasi margine di interpretazione.

La scomparsa della scena pubblica e della forma dello spettacolo avviene in parallelo a quella del privato e della forma del segreto: la pubblicazione e la proliferazione delle nostre immagini private, a partire dalle nostre pagine e dai nostri profili personali, è testimonianza di questa oscenità generalizzata. La sovrabbondanza di immagini di cibo su queste piattaforme sociali e personali è riprodotta metonimicamente a livello di ciascuna immagine in termini di una sua sovraesposizione dell'oggetto.

L'ipervisibilità sembra dissolvere qualsiasi superficie di separazione scenica, qualsiasi segreto, al fine di promuovere una trasparenza totale dell'immagine sull'oggetto. L'immagine risulta essere così ravvicinata da mostrare dettagli impossibili da visualizzare naturalmente attraverso lo sguardo umano. L'effetto di (iper)realtà conseguito da questa esposizione rivela se stesso, il proprio artificio, che va al di là realtà per esaurirsi nella sua totale mediabilità: Come spiega

Baudrillard (1987: 15-16), “non è più l’oscenità di ciò che è nascosto, rimosso, oscuro, è quella del visibile, del troppo visibile, del più visibile del visibile, è l’oscenità di ciò che non ha più segreto, di ciò che è interamente solubile nell’informazione e nella comunicazione”.

Lo zoom è talmente estremo e ravvicinato da bruciare il proprio oggetto, le sue zone d’ombra, i suoi segreti, la sua negatività significativa, il proprio valore in relazione al consumatore. Così, il consumo dell’immagine non è più un’operazione transitiva e interattiva, ma diviene spettacolo autoreferenziale della stessa immagine. La pornografia rende così impossibile ogni forma di *seduzione* (cfr. Baudrillard 1979) e la sostituisce con una forma di attrazione ed esclusione feticistica.

Sebbene, o meglio, proprio attraverso la loro trasparenza, le immagini porno e #foodporn radicalizzano questo gioco di attrazione ed esclusione già avanzato da nell’analisi di Barthes sulla comunicazione del cibo. A tale proposito, è lo stesso Barthes, in sua tarda riflessione sulla fotografia (1980), ad offrire altri spunti interessanti su foto e immagini pornografiche. Quest’ultime sarebbero esempi calzanti di quelle che l’autore definisce immagini “unarie”:

Nothing more homogeneous than a pornographic photograph. It is always a naive photograph, without intention and without calculation. Like a shop window which shows only one illuminated piece of jewelry, it is completely constituted by the presentation of only one thing: sex: no secondary, untimely object ever manages to half conceal, delay, or distract. (ivi: 41)

Le immagini pornografiche, unarie, mancano di qualsiasi “punctum” (ibid.), ovvero della capacità di pungere e perforare l’osservatore, aprendo una porta o un canale di contatto con questi. La saturazione dell’immagine e del suo oggetto non permette alcuna apertura, nessuna breccia da dover essere colmata dal lettore tramite la sua cooperazione interpretativa. L’eccesso di coinvolgimento dell’osservatore dato dall’estrema vicinanza all’oggetto degenera in un’indifferenza reciproca quasi totale. Come afferma Baudrillard (1979: 43), “non si ha nulla da aggiungere, che equivale a dire, che non sia ha nulla da scambiare”.

L’avvento delle immagini fotografiche di cibo a carattere pornografico sembra aver dunque impedito qualsiasi possibilità di scambio sociale attorno a queste stesse immagini, e dunque ad aver assorbito il potere comunicativo e il ruolo significativo del cibo nel discorso e nel sistema sociale nel suo complesso. Alla luce di quello che succede sui nostri social network e nello scenario mediale in generale, sembra però un po’ azzardato avanzare queste conclusioni.



Prendendo a modello il lavoro di Sontag (1977), l'ipervisibilità e la trasparenza che caratterizzano le immagini di cibo sui nostri media sono sempre frutto di uno specifico o più tagli semiotici lungo il piano dell'espressione, che inevitabilmente generano zone di esclusione e di ombra sull'oggetto. Da un lato, l'immagine pornografica riduce sì il grado di complessità dell'oggetto mettendone in risalto un'apparente positività e integrità; d'altro lato, proprio a causa di questa riduzione, la stessa immagine implica una serie di altre immagini e prospettive sullo stesso oggetto, finalizzate a ripristinarne la complessità.

Tale dialettica diviene ancora più evidente proprio per quanto concerne le immagini digitali sulle nostre piattaforme contemporanee. Profili e user possono facilmente inserire le loro immagini e foto nel circuito sociale; da qui, l'immagine è soggetta a commenti e altre ricondivisioni da parte di altri user. In questo modo, l'immagine singola, unaria, diviene elemento di propulsione per lo sviluppo di una narrazione, di una storia a puntate sull'oggetto: di una serie. Solo la totalità virtuale di tutti gli elementi della serie è capace di riprodurre e rimediare la complessità del singolo oggetto. L'apparente totalità e chiusura che caratterizza l'immagine pornografica e unaria paradossalmente apre ad una frammentazione e a una serializzazione del proprio oggetto.

La connessione metonimica dal dettaglio all'oggetto nella sua interezza è caratterizzata così da un doppio feticismo. Lo zoom sul dettaglio, tipico dell'immagine pornografica, favorisce lo sguardo feticista dell'osservatore, interpretabile come una specifica modalità di visualizzazione che taglia fuori la complessità, la contraddizione reale dell'oggetto. D'altra parte, il dettaglio implica necessariamente la parte rimanente dell'oggetto, la scena madre da cui il dettaglio è stato ritagliato, e che lo user può ricostruire e ripercorrere solo a posteriori, attraverso la raccolta e la collezione, il consumo produttivo di tutti i suoi frammenti.

In questo senso, l'apertura del passaggio dal dettaglio feticizzato alla costruzione della serie, tramite il coinvolgimento dell'osservatore, sembra trovare una nuova chiusura riflessiva. L'oggetto continua difatti a rivelare e ri-velare i suoi segreti. Queste immagini non stimolano dunque né indifferenza né partecipazione, ma divengono oggetto di uno sguardo feticistico: l'immagine ci attrae grazie alla sua serialità, alla sua chiusura – gli stessi aspetti che al contempo ci escludono.

Volendo, si potrebbe dire che il feticismo verso le immagini social acquisisce anche una connotazione marxiana, più focalizzata sulla produzione alienante dell'immagine stessa – dal momento che l'immagine si (ri)produce nel momento del suo scambio con le altre immagini, piuttosto che in quello della produzione da

parte di un soggetto. Tuttavia, proprio per questi motivi, la dissoluzione del soggetto nella logica autonoma dei suoi prodotti mediali non può essere del tutto interpretata secondo la prospettiva classica del feticismo della merce, ovvero come una mistificazione della categoria di produzione. Infatti, il valore feticizzato dell'oggetto si gioca attorno al suo carattere differenziale, alla categoria dello scambio sociale.

Difatti, pur necessitando il coinvolgimento attivo degli user, la condivisione di piatti #foodporn, più che la costruzione di un'identità soggettiva, significa la condivisione di un codice attraverso cui l'immagine acquisisce il suo valore differenziale e feticizzato – proprio perché capace di sostenere il valore relazionale e sociale dello user coinvolto nell'operazione. Questa è la ragione per cui l'hashtag è così emblematico: il suo uso esprime il valore differenziale della singola immagine in quanto parte di un trend sociale e significa il coinvolgimento dello user in questo stesso trend. Allo stesso tempo, al di là della specificità di ciascun trend, l'hashtag in sé cristallizza la condivisione del codice della piattaforma da parte dello user – nonché la sua identità esclusivamente in quanto membro di quella comunità di user.

L'hashtag #foodporn, nella sua dialettica tra la specifica etichetta (foodporn) e il trend generale (#), tra il dettaglio dell'immagine unaria e l'intera serie, rappresenta una perfetta sintesi: lo scambio sociale attorno al cibo non è mai stato così feticizzato così come nella condivisione social delle sue immagini pornografiche.

### 8.3. Stereotipia, selfie e meme

Nel corso di questo lavoro più volte ci siamo ritrovati di fronte a questa dialettica tra unarietà/positività e serialità/relativizzazione di un elemento, sia esso un soggetto, un oggetto, un'immagine, un valore o un significato.

A tale proposito, risulta interessante indagare il processo di costruzione di quello che è solitamente definito come *stereotipo*. Al di là del senso comune, non è del tutto appropriato considerare lo stereotipo una rappresentazione sommaria e semplicistica di una specifica categoria socio-linguistica. Principalmente, il nucleo di questo termine ha più a che vedere con il proprio meccanismo di riproduzione seriale.

Difatti, l'origine del concetto di “stereotipo” risale alla fine del XVIII secolo e deriva dal processo di stampa inventato da Firmin Didot e chiamato appunto

“stereotipia”. Pagine con caratteri fissati costituivano delle matrici per la riproduzione seriale di testi e altro materiale culturale, contribuendone alla diffusione su ampia scala. Già prima di questa invenzione, altre tecniche di riproduzione e di stampa, da Gutenberg in poi, si avvalevano di meccanismi di stereotipia *ante litteram*.

Un caso peculiare quanto emblematico di riproduzione stereotipica è quello delle xilografie nel ‘600. Trattandosi di una tecnica di stampa di immagini estremamente laboriosa e costosa, la stessa xilografia veniva riutilizzata per illustrare diversi racconti e ballate, conferendo alla rappresentazione significati differenti in base al contesto in cui veniva inserita. Tuttavia, il significato delle immagini era solo in parte determinato dall’accostamento a una determinata narrazione. Progressivamente, le illustrazioni acquisivano senso in base ai loro utilizzi precedenti.

Christopher Marsh (2016) e Katie Sisneros (2018) portano avanti un’accurata analisi di questa dinamica di significazione caratteristica della tecnica xilografica. La xilografia del cosiddetto *how-de-do man*, presente in oltre cento ballate, nella maggior parte dei casi rappresentava una figura positiva, che poteva andare dall’eroe del racconto all’aiutante del protagonista, sino al giovane innamorato (fig. 25). Tuttavia, nella ballata *Strange News from Westmoreland* pubblicata da E. Andrews nel 1660, l’uomo *how-de-do* è associato a un ruolo negativo, un personaggio violento che uccide la moglie e si avvicina a Satana.



Fig. 25: Xilografia del *how-de-do man*.

Come sottolinea Sisneros, questo cambiamento non significa che Andrews non fosse a conoscenza del tradizionale utilizzo della xilografia nei testi precedenti. Anzi, è proprio la consapevole differenza rispetto agli utilizzi passati ciò che rende più drammatico e significativo il ruolo dell'*how-de-do man*. Ciò che questo esempio dimostra è come i lettori sviluppassero una determinata competenza enciclopedica, alimentata da una serie rimandi intertestuali, e di come “i tipografi potevano attingere a quell’esperienza usando immagini familiari in contesti sconosciuti per creare un nuovo significato” (ibid.).

In altre parole, il senso delle xilografie rimaneva immanente al loro stesso utilizzo e rifletteva la loro stessa circolazione, così che “i lettori ‘leggevano’ le immagini non solo come rappresentazioni metaforiche della ballata, ma come un punto di riferimento che richiama a una moltitudine di esperienze diffuse nei testi” (ibid.). Ciò che viene attualizzato non è dunque un segno iconico che si riferisce a una unità di contenuto della narrazione, ma piuttosto una serie di immagini che nel continuo rimando reciproco riflettono la loro stessa riproducibilità tecnica, nonché tutto un mondo culturale che si sviluppa attorno un genere e allo stesso medium.

Facendo un salto ai nostri giorni, la produzione culturale e mediale contemporanea, soprattutto di immagini, ha mantenuto l’apparente obiettivo di riflettere e far emergere una propria unicità, al punto da rendere questo valore un vero e proprio stereotipo culturale. In questo quadro, l’esempio della fotografia, in particolar modo del *selfie*, risulta emblematico.

Sin dalle sue origini, la fotografia si presenta come una tipologia di segno ibrida. La sua componente indessicale, data dall’*hic et nunc* dello scatto, si fonde con la componente iconica, data dalla capacità di rappresentazione e riproduzione del referente. Tuttavia, la fotografia è sempre costellata da una serie di significati simbolici, anche quando questa sembra essere meramente una pura rappresentazione di un determinato soggetto in uno specifico contesto spazio-temporale. Come abbiamo visto in precedenza (7.1), sono proprio le caratteristiche tecniche e formali di (ri)produzione dell’immagine (le stesse che ne determinano l’aspetto iconico e indessicale) a determinare la valenza simbolica, il significato codificato culturalmente, della fotografia.

In altre parole, il simbolismo della fotografia non è riscontrabile a livello dell’enunciato, in un contenuto specifico capace di rimandare a un determinato referente, ma in quelle caratteristiche tecniche attraverso cui la fotografia, in generale, è intellegibile culturalmente e socialmente in quanto tale.

Nel caso del selfie, l'aspetto di unicità e di assoluta soggettività del contenuto della fotografia, è controbilanciato da una serie di forme e convenzioni culturali che vanno al di là dello specifico autoscatto e che determinano lo stesso modo di farsi un selfie: un'esperienza, o meglio, la mediazione di un'esperienza soggettiva, concepita già per essere un elemento di condivisione social(e) – ed è questa socialità che predetermina l'esperienza stessa.

L'oggettivazione culturale di questo gesto soggettivo è data proprio dal marcare la riflessività tra soggetto e oggetto della fotografia, così come lo era tra artista e opera attraverso la firma. In questo modo, il selfie diviene un gesto/indice codificato, uno stereotipo che fa da modello astratto e matrice per la propria riproduzione. Ciò che dà valore al selfie non è dunque lo specifico soggetto/oggetto, ma una performance replicabile da qualunque soggetto/oggetto che si incarna e al contempo codifica astrattamente lungo la superficie della fotografia.

Dal selfie, velato esempio di riproducibilità, passiamo infine al *meme*, contenuto (se così si può dire) riproducibile per eccellenza. La *memetica* è uno dei fenomeni più attuali all'interno del panorama mediale, culturale e social(e); eppure è forse quello che più di tutti richiama l'antico fenomeno delle xilografia - un modo per chiudere il cerchio al di là di qualsiasi linearità cronologica.

La stessa Katie Sisneros (2018), nell'articolo sopracitato, presenta la xilografia come un'antenata dei meme. Difatti, si tratta in entrambi i casi di immagini matrici da utilizzare a seconda del relativo (con)testo per esprimere significati differenti. Il significato di queste immagini stereotipate - che nel caso dei meme possono essere anche sotto forma di video o, in casi limite, di semplice stile/grafica ricorrente che caratterizza un testo variabile - si sviluppa a partire dalla loro circolazione.

In maniera forse più accentuata rispetto alle xilografie, laddove il riferimento agli usi precedenti della stessa immagine era perlopiù utile a comprendere il senso della nuova ballata, il significato dei meme è legato al loro grado di riconoscibilità in quanto *meme*, ovvero in quanto forma mediale, di scambio e circolazione, al di là del contenuto specifico che di volta in volta contribuiscono a veicolare.

Difatti, non qualsiasi contenuto che circola sul web può essere definito come "meme". È necessario che una forma-matrice invariabile presenti di volta in volta nelle sue riproduzioni e circolazioni una serie di variazioni (spesso a livello di testo) che permettano la variabilità del significato, e al contempo preservino il

valore e la forma di quell'immagine in quanto meme. Come gli stereotipi, anche i meme si presentano dunque come invariabilità nella riproduzione.

La carica significativa dei meme è dunque spostata ad un livello formale: forma intesa sia a livello figurativo - l'immagine matrice, lo stile, la grafica rimangono invariate - sia in termini più strettamente semiotici - come codice semio-linguistico che permette l'associazione tra espressione e contenuto. Il contenuto singolo non può che essere interpretato (ritagliato e prodotto) attraverso questa *forma* o da questa *formula* di risoluzione dello stesso contenuto.

In molti casi, il livello di riflessività e appiattimento del contenuto lungo la forma memetica è portato all'estremo. Se difatti ad un primo livello di analisi, il contenuto del meme può essere un rimando ad altri piani enciclopedici o mondi semantici (per esempio un fatto di cronaca, o un luogo comune, etc...), ad un livello più profondo (o superficiale, dipende dal punto di vista) il rimando è del tutto immanente all'universo mediatico di riferimento, o persino allo stesso scenario memetico (meme che parla di un altro meme, o addirittura di se stesso).



The first guy to become this meme must have been like:



Fig 26: Esempi di metameme

Questi esempi di *metamemetica* (fig. 26) sono esasperazione di un principio di serializzazione e riflessività che regola qualsiasi meme e ne sostiene il valore feticizzato. Riconoscere il meme in quanto tale è infatti segno di appartenenza ad una rete sociale e culturale e, più nello specifico, ad una comunità di user. I gruppi di *memers* si presentano per certi versi come delle vere e proprie comunità linguistiche, che condividono la conoscenza di un codice per l'interpretazione, la produzione e la riproduzione di determinati contenuti. Difatti, è solo a partire dalla configurazione di un luogo comune, stabile e riconoscibile, che essi possono essere variati, traslati, riprodotti e rimediati in altri contesti discorsivi e mondi narrativi.

#### 8.4. (L)GB(T)(Q) dating apps

In quest'ultimo caso di studio sulle piattaforme social, vedremo come la performance di un'identità subalterna venga rimediata e normativizzata attraverso parametri tecnicamente prestabiliti e culturalmente egemonici.

Le applicazioni per persone “gay, bi, trans e queer” – questa è la *headline* di *Grindr*, una delle più importanti app di chat e incontri per persone LGBTQ - apparentemente offrono uno spazio aperto e sicuro di condivisione e performance del proprio genere e della proprio sessualità; un luogo di incontro virtuale (e potenzialmente fisico) con altre soggettività non etero, per rinforzare il legame sociale e sessuale che definisce questa comunità/target.

Tuttavia, l'esplicito riferimento alle minoranze sessuali non è accompagnato da un altrettanto esplicito riferimento al sesso. Questa parziale mistificazione è significativa dal momento che, da un lato, essa priva la comunità di riferimento di uno dei suoi elementi principali e costitutivi; dall'altro sfrutta la questione del sesso e della sessualità per dare quel valore aggiunto, di appeal trasgressivo ma fondamentalmente normativo, per attrarre user.

Nonostante un'ovvia mercificazione del servizio offerto, attraverso sezioni e pagine del sito, come “Pride” o “Grindr for equality”, *Grindr* dimostra una certa consapevolezza del mondo delle minoranze sessuali come un terreno sociale cruciale, in qualche modo pubblico. Tuttavia, la parola ‘sesso’ non è mai messa nera su bianco, pubblicata, o perlomeno pubblicizzata.

Vi è un'altra ambiguità: il sito, nonostante non espliciti mai il termine, mette in evidenza una serie allusioni, immagini, simboli e icone il cui significato rientra velatamente nello spettro semantico del significante /sesso/. A partire dal logo della stessa app (fig. 27), l'icona della maschera gialla diventa un'allusione al sesso come qualcosa di trasgressivo, che deve essere in qualche modo mascherato, al fine di diventare ancora più appetibile.



Fig. 27: Icona di *Grindr*.

Questo segno attiva sino ad esacerbare un aspetto semantico tradizionale e fortemente eteronormativo del sesso omosessuale in quanto *vizi*etto, da attuare con discrezione, in totale privacy. Dunque non vi è totale eliminazione della questione del sesso, ma una sua rimediazione e ricontestualizzazione dalla sfera pubblica di rivalsa sociale a quella privata ed eteronormativa.

Questo schema diviene ancora più chiaro, senza troppe allusioni, prendendo in analisi l'homepage di *Planetromeo*, un'altra applicazione gay tra le più popolari in Italia. Anche in questo caso, pur non essendo mai nominato, immagini e immaginari legati al sesso sono goffamente velati. Al contrario, è proprio il sesso la vera merce in vetrina, materia di scambio privato, così come suggeritoci dallo slogan “fagli vedere cos’hai da offrire”<sup>84</sup> (fig. 28).

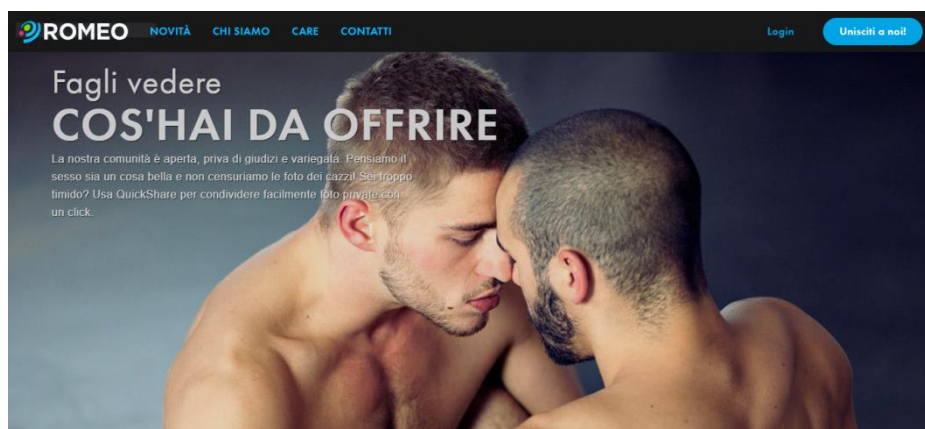


Fig. 28: Homepage di *Planetromeo*.

Un'altra caratteristica assolutamente emblematica sono le cosiddette *footprints*. Le “impronte” sono piccole icone e/o simboli, unità di messaggio a carattere sessuale, solitamente usate per flirtare e per avviare un'interazione a due - insomma, una sorta di occholini digitali che esprimono complicità, malizia, apprezzamento, un'attitudine sexy. Un altro modo per portare avanti in maniera parzialmente velata, simpatica, l'immaginario sessuale della piattaforma.

Al di là della questione dell'immaginario, è proprio la loro logica operativa ad operare una sorta di privatizzazione e mercificazione del sesso. Oltre a far partire uno scambio privato tra due user, le impronte sono alla base dello scambio tra tutti gli user e del funzionamento dell'intera piattaforma. *PlanetRomeo* stilla e aggiorna costantemente delle classifiche *top footprints* (fig. 29). Ogni classifica, legata a

---

<sup>84</sup> Salvo fraintendimenti, è bene precisare che non si vuole fare del moralismo attorno al tema del sesso. Il sesso, anche nel sua componente strettamente anatomica maschile, è potenzialmente un elemento di rivalsa per la comunità LGBTQ, un valore da esibire, ma solamente all'interno di un codice valoriale che ne sappia reinterpretare il significato e metterne in discussione la centralità che assume nella cultura eteronormata: una messa in discussione che si fa fatica a ritrovare nel discorso che ne fa *Planetromeo*.



ciascuna delle impronte, stabilisce l'ordine (il valore) di ciascun user a seconda del numero di impronte ricevute durante le sue interazioni con altri user.

Questo meccanismo favorisce la targetizzazione degli user e la standardizzazione dei loro gusti in relazione a questi parametri e in una logica strettamente quantitativa. In questo modo, proprio come nel caso della merce, viene stabilito il valore di scambio sessuale di ogni profilo in relazione alla posizione e al valore degli altri. A questo proposito, è peculiare e significativo che l'unica modalità di socializzazione, oltre la conversazione privata a due, sia quella di una sostanziale mercificazione del proprio profilo<sup>85</sup>.



Fig. 29: *Top footprints*.

La produzione di questo *valore d'user* comincia con la costruzione di un profilo personalizzato. Così come in molti altri social network, il primo passo per entrare nella comunità di utenti consiste nel completare una serie di categorie inerenti a caratteristiche personali. Nel caso delle due applicazioni prese in esame, la lista di categorie è straordinariamente dettagliata e ricca. Molte dell'etichette attraverso cui definirsi sono legate a caratteristiche fisiche e anagrafiche più o meno standard, come l'età (che apparirà nella finestra iniziale e principale di ogni profilo), il peso, l'altezza, il colore della pelle, e altre più peculiari come la misura del proprio sesso (ancora una volta non esplicitato ma definito attraverso perifrasi piuttosto chiare).

Molta attenzione è data poi ad altri aspetti più strettamente sessuali, come l'orientamento sessuale, la posizione, il ruolo prediletto e feticismi vari. Interessi, gusti, e attitudini personali non riguardanti il sesso in modo ravvicinato occupano (qualora siano presenti) il fondo del profilo, oppure sono spesso rimpiazzati da uno spazio di scrittura bianco in cui lo user può fornire una descrizione di se stesso –

---

<sup>85</sup> Anche in questo caso, non si vuole fare assolutamente della messa a valore del proprio corpo una questione morale. Anzi, ciò che preme sottolineare e criticare è come questa pratica non sia mai strumento di autodeterminazione e consapevolezza sociale, ma eterodiretta e mistificata ideologicamente attraverso le logiche e i dispositivi medialti delle piattaforme.

descrizione spesso limitata alla fornitura di ulteriori informazioni o richieste sessuali.

La possibilità di costruire un profilo altamente dettagliato che possa riflettere l'identità personale di ciascun user risulta però essere un semplice alibi strumentale dietro la quale si legittima l'eteronormatività di queste app. Difatti, essendo il profilo la prima vetrina attraverso cui promuovere il proprio valore di scambio sessuale nella piattaforma, lo user è portato/costretto ad adeguarsi agli standard della piattaforma e alla sua legge di mercato.

A tale proposito, non è un caso che la ricca lista di categorie sia direttamente collegata a un sistema di filtraggio: la ricerca degli user può essere facilitata e resa più accurata grazie a una serie di filtri proprio in funzione dei dati forniti. Per fare un esempio, se il mio target è costituito da uomini dai 25 ai 40, posso eseguire la mia ricerca filtrando tutti gli user che non rientrano in quella fascia di età – con la possibilità di un'ulteriore scrematura del prodotto ottenuto incrociando la ricerca con altri filtri legati per esempio all'età, al ruolo, al peso, ecc.

In questo modo, il presentarsi così come si è veramente rischia di essere un fattore di esclusione. In altre parole, lo user deve adeguarsi al catalogo di profili/prodotti di alto valore, mostrare di essere all'altezza degli altri, dei loro gusti altrettanto standardizzati, al fine di accedere e fare parte attivamente della comunità online. Queste applicazioni privatizzano lo spazio di espressione e agency della comunità e delle soggettività LGBTQ, rimpiazzando un'ideale di comunità con una serie di simulacri individualizzati, profili targetizzati, continuamente soggetti a meccanismi di standardizzazione, mercificazione, esclusione e competizione.

Su questo stesso punto, una delle categorie più emblematiche è quella relativa all'appartenenza ad una specifica "comunità". Piuttosto che riflettere la varietà, la *queerness* della comunità (L)GBTQ, queste applicazioni ridefiniscono e sezionano la comunità in una serie di gruppi di simili, accomunati a seconda del dato fornito in questa specifica categoria.

È molto curioso notare che su *Grindr* questi gruppi sono definiti dall'etichetta *tribes* (tribù), e che i nomi di molte di queste tribù (opzioni predefinite tra le quali potere/dovere scegliere) come *bear* (orso) o *otter* (lontra) per citarne i più comuni, oltre a ricalcare un immaginario esotizzante, selvaggio, quasi animalesco, definiscono l'appartenenza esclusivamente a seconda di caratteristiche fisiche e sessuali. Tutto questo contribuisce inevitabilmente ad un'ulteriore standardizzazione e mercificazione dello user, la cui stessa appartenenza comunitaria o tribale serve da indice di valorizzazione sessuale del proprio profilo.

Dopotutto, comunità e tribù non sono che ulteriori categorie - anch'esse inevitabilmente collegate a un sistema di filtraggio - che invece di favorire un senso di appartenenza, condivisione, scambio sociale, di comunità appunto, incrementano una logica di privatizzazione, feticizzazione, esclusività ed esclusione. In altre parole, l'appartenenza a una determinata comunità risulta nello sfruttamento di un ulteriore parametro finalizzato allo scambio sessuale e alla compravendita privata tra profili individualizzati.

Attraverso i meccanismi delineati sinora, la privatizzazione del legame sociale basato sulla sessualità altra, previene la possibilità di una modalità di interazione sociale e sessuale realmente non conforme alla norma. Se è ancora possibile essere gay in una chat gay, lo user deve comunque agire/performare se stesso come un vero uomo a cui piacciono altri veri uomini. Questo è il modo in cui l'eteronormatività, in termini di normazione dei ruoli e della differenza di genere e di sesso, incontra l'omonormatività, ovvero la standardizzazione e omologazione delle relazioni omosessuali in termini di interazione sessuali e sociali tra soggetti di sesso e genere strettamente maschile. Ciò inevitabilmente porta al fenomeno *MxM*, o *M4M* (maschio per maschio, o maschile per maschile), straordinariamente diffuso in questo genere di applicazioni. Si tratta di un'attitudine di moltissimi utenti (spesso esplicitata nei profili), i quali sono spinti a performare una mascolinità estrema e a cercare altrettanto negli altri user.

Questo fenomeno si interseca in un circolo di causa-conseguenza con altre due dinamiche: la prima, di cui si è già parlato, è quella frustrazione nel dover raggiungere gli standard di accettabilità sociale e valorizzazione sessuali imposti dalla piattaforma; la seconda è la discriminazione di tutti quei profili/soggettività non conformi, non etero/omo-normati, come queer, trans\*, femminili, vecchi, grassi, sieropositivi e razzializzati.

Per alleggerire in qualche modo questa diffusa e manifesta discriminazione, gli user spesso fanno riferimento in modo apparentemente 'scherzoso' ad una serie di stereotipi (a volte costruiti sulla base del linguaggio e delle sulle categorie promosse dalle stesse app): "no *daddy*", "ho già un padre", per indicare non compatibilità con utenti anziani; "no *chocolate*", "no *rice*", "no *spice*", per riferirsi rispettivamente a neri, asiatici e latini.

Come nel caso delle categorie, queste metafore, piuttosto che alleggerire il loro carico discriminatorio, semplicemente lo privatizzano. Difatti, la discriminazione è spesso giustificata in termini di 'gusti personali', in modo da

mistificare la portata strutturale (sia nel senso di sociale che in riferimento all'architettura delle piattaforme) di questa attitudine.

Anche per motivi di immagine, sia *Grindr* che *Planetromeo* hanno tentato più volte nel corso degli anni di prevenire la diffusione di questi comportamenti discriminatori attraverso la riformulazione di grafiche e contenuti promozionali che potessero mettere in mostra, accanto ai tradizionali modelli bianchi etero/omo-normati, le soggettività solitamente più discriminate. Tuttavia, la promozione di un immaginario il più variopinto possibile, dove possano emergere le peculiarità e le differenze del mondo queer (o perlomeno gay), si scontra con un problema di carattere formale, ovvero legato alla struttura tecnologica e ideologica delle stesse app.

La caratteristica forma a catalogo o griglia di queste app fa sì che la specifica devianza portata da ciascun profilo queer (nel senso più ampio del termine) non si intersechi con le altre, per essere confinata e feticizzata all'interno di una singola casella: un *token-differenza*, una variazione volta a riprodurre la norma che ne sostiene il valore feticizzato (fig. 30).

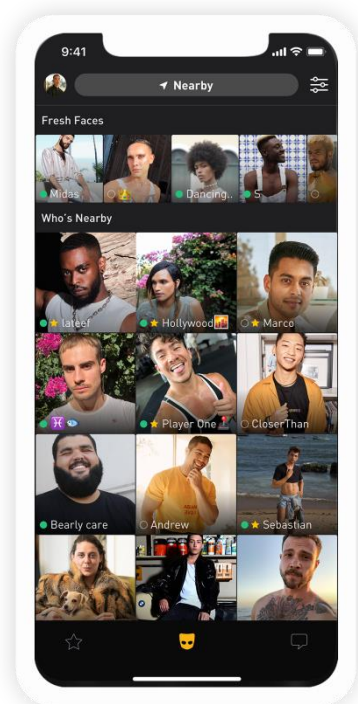


Fig. 30: demo/modello della griglia di *Grindr*, dal sito dell'app.

Per questi stessi motivi, queste app sono spesso state accusate di portare avanti delle operazioni di facciata, di *pinkwashing*, attraverso cui una minoranza viene apparentemente esaltata ma di fatto narcotizzata: quote rosa o arcobaleno che contribuiscono a restituire quel quadretto variopinto attraverso cui queste app si presentano. L'operazione di *pinkwashing* – o *rainbowwashing* – rimane dunque uno spot superficiale, una nota di colore glamour per queste applicazioni, che si intona a meraviglia con la struttura ideologica e tecnologica di queste piattaforme.

Il pink/rainbowwashing è solo una parte di una più ampia strategia di *gentrificazione* messa in atto dalla piattaforma: il carattere underground, periferico

e non conforme della queerness, come in una vetrina, viene patinato, esaltato, valorizzato.

La peculiarità del meccanismo sta nel fatto che, mentre le app lavorano per mostrarsi come spazi aperti, inclusivi e queer, sono gli user che li attraversano (a essere spinti) a mantenere questi stessi spazi “puliti” da qualsiasi eccentricità, chiusi a ogni eccesso. Come già visto in precedenza, gli user sono costantemente indotti a un duro lavoro di auto-valorizzazione e valutazione degli altri profili: un meccanismo che sfocia in una serie di performance di maschilità/maschilismo estremo e di discriminazione/filtraggio delle soggettività che non rispettano tali requisiti di accettabilità e accesso. La gentrificazione consiste proprio in questa promozione di comportamenti eteronormati, continuamente riprodotti dagli user, e funzionali alla valorizzazione complessiva dello spazio virtuale, e non solo.

Nel connettersi, tramite un sistema di geolocalizzazione, ciascun user vede gli altri profili in ordine di prossimità rispetto al proprio dispositivo. Dunque, ciò che gli user vedono e contribuiscono a costruire è una nuova mappa dello spazio intorno a loro, capace di stabilire il valore gay dello stesso spazio. Tuttavia, questo indice non *describe* la vera composizione e distribuzione della comunità LGBTQ attorno al luogo in cui il singolo utente si connette, ma *prescribe* l'accesso e la visibilità delle persone LGBTQ nello spazio virtuale e reale. In altre parole, è la mappa virtuale costruita di volta in volta a precedere il territorio reale, stabilendone “nuove” interpretazioni, pratiche e valorizzazioni.<sup>86</sup>

È in questo modo che la gentrificazione dello spazio virtuale riflette e riproduce i processi di gentrificazione dello spazio fisico, spesso attuati da istituzioni pubbliche e private quando si tratta di questioni LGBTQ. Queste app diventano così un dispositivo cruciale per la produzione e naturalizzazione di politiche di commercializzazione e normalizzazione degli spazi gay – online e offline.

A questo proposito, è importante sottolineare come il lavoro sessuale, già criminalizzato a livello morale e giuridico nella maggior parte dei paesi, trova una nuova stigmatizzazione anche nello spazio virtuale di queste app. Lo stigma verso

---

<sup>86</sup> È questo uno degli aspetti più significativi dello stadio della simulazione (si veda 5.7 e, per un'analisi più approfondita la sezione D del secondo intermezzo). nelle parole di Baudrillard (1981: 166), “Abstraction today is no longer that of the map, the double, the mirror or the concept. Simulation is no longer that of a territory, a referential being or a substance. It is the generation by models of a real without origin or reality: a hyperreal. The territory no longer precedes the map, nor survives it. Henceforth, it is the map that precedes the territory - precession of simulacra - it is the map that engenders the territory and if we were to revive the fable today, it would be the territory whose shreds are slowly rotting across the map”.

l\* sex workers è frutto di due dinamiche chiave delle piattaforme online (perlomeno di quelle prese in analisi). Prima di tutto, il riferimento diretto al sesso non è decente, ma moralmente squalificante; per di più, qualificare il sesso in quanto lavoro ne svelerebbe il carattere privato che questo assume nelle piattaforme dietro e oltre qualsiasi allusione.

In secondo luogo, il profitto personale non è permesso: tutto il lavoro e il valore (anche economico) che gira attorno al sesso è esclusivamente funzionale all'accrescimento di valore sociale ed economico della piattaforma. Questa condizione non riguarda solo l\* sex workers in senso stretto, ma in maniera estesa qualsiasi forma di lavoro/performance sessuale e di genere da parte di ciascun user. Eppure, come visto, non è un caso che siano gli stessi user i primi agenti a prendersi carico di segnalare, riportare e bloccare l\* lavorator\* sessuali o, più in generale, a filtrare qualsiasi performance sessuale e di genere fuori norma.

Insomma, la possibilità di espressione e l'agency data agli user di queste app è favorita, ma, al contempo, orientata e sfruttata dalle piattaforme. Se già un testo offre e prescrive al proprio lettore percorsi di interpretazione e attualizzazione dello stesso testo, attraverso cui reciprocamente si attualizza lo stesso lettore (modello), ciò che avviene in uno spazio – anche se virtuale – è ancora più peculiare. Difatti, laddove quella del Lettore Modello rimane una strategia astratta diversa dal lettore empirico, la strategia di utilizzo di uno spazio acquisisce un certa concretezza.

Ed è proprio questo gioco tra accreditamento e (de)limitazione dell'utente nello spazio mediale, tra l'adeguamento della (piatta)forma all'uso dell'utente e la manipolazione dell'uso e dell'utente in funzione della (piatta)forma, l'ambiguità attorno alla quale si gioca il feticismo di queste social apps.

## 9. La serialità televisiva

Uno sguardo analitico ai nuovi media digitali, perlopiù ai cosiddetti *social media*, è servito a riscontrare alcune delle più recenti evoluzioni del panorama mediale e delle sue modalità feticistiche di riproduzione e consumo. D'altra parte, queste analisi su un corpus sostanzialmente recente di oggetti, pratiche e spazi mediali non costituiscono un punto di massimo lungo un ipotetico percorso evolutivo del sistema dei media, né di massima esposizione del meccanismo feticistico che ne regola il funzionamento. Difatti, lo sviluppo di questi elementi mediali necessita di essere ripercorso soffermandosi sulle modalità attraverso cui nuovi e vecchi media continuano a rimodularsi a vicenda, a rimediarsi.

Per queste ragioni, ci soffermiamo ora su un medium ormai storico, ma sempre attuale come la televisione, la cui specificità seriale e feticistica trova compimento attraverso le sue ibridazioni con i social media. Come vedremo, la TV è capace di accrescere la propria coerenza interna proprio in funzione di questa sua evoluzione social e transmediale, di questa apertura all'attività e allo spazio del suo pubblico, affinando la propria capacità di orientare e regolare il nostro modo di esperire e ripercorrere l'ambiente ipermediale in cui siamo immersi - e di cui la TV rimane la regina.

### 9.1. Il feticismo delle serie TV

Il succedersi sempre più rapido di un numero crescente di piattaforme social non sembra scalfire la costante del dominio televisivo all'interno del panorama mediale e più ampiamente culturale. Una dimostrazione di questa egemonia della *vecchia TV* è data dal grande successo della nuova serialità televisiva. Per comprendere meglio questa rinnovata passione per le serie televisive è forse necessario ricondurre il fenomeno alle proprie radici, cercando di esplorarne le caratteristiche relative alla propria forma seriale.

Al di là del principio di efficienza e razionalizzazione economica costitutivo del prodotto seriale, è il tipo di struttura formale ciò che ne stimola il culto da parte degli spettatori, garantendone di fatto il successo (anche economico). Come afferma Grignaffini (1983: 47), "il serial televisivo [...] utilizza questo principio e il suo inevitabile corollario in un certo senso allo stato puro, arrivando a trasformarlo da principio produttivo in principio formale".

Sulla stessa linea, Casetti, nell'introduzione alla celebre raccolta *L'immagine al plurale* (1984), suggerisce che la ripetizione e la serialità "non cercano di enumerare degli oggetti, ma puntano a descrivere dei funzionamenti. Esse cioè non mettono in luce quello che 'per sua natura' si presta alla replica [...] non si fanno insomma carico della 'qualità' delle cose, ma delle 'procedure' in base a cui queste cose si mostrano per quello che sono" (Casetti 1984: 10-11).

Si tratta di un principio che si esplicita da sempre nella serialità più specificatamente televisiva, laddove il valore di un elemento - l'episodio - non è mai positivo, assoluto, ma differenziale in relazione agli altri elementi della stessa struttura - la serie appunto - entro il quale questo prende parte. In questo rapporto metonimico, ciò che emerge è la continua concatenazione tra il linguaggio della serie e i propri elementi differenziali: le proprie variabili.

A tale proposito, Umberto Eco ribadisce la necessità di applicare alle serie televisive questo criterio formale di analisi e di iniziare a concepire uno spettatore capace di fruire di questo tipo di prodotto proprio in funzione della sua forma seriale: "solo a questo patto - afferma Eco (1985: 133) - il seriale non è più parente povero dell'arte, ma la forma d'arte che soddisfa la nuova sensibilità estetica". In particolare, vogliamo riferirci a ciò che Omar Calabrese (1987) ha definito in termini di "estetica neobarocca", incentrata sul fascino della ripetizione e sul riconoscimento di uno schema astratto che si riproduce attraverso le proprie variabili.

Secondo Eco (1985: 141), lo spettatore crede di godere della novità e delle variazioni della storia mentre di fatto è gratificato dal ricorrere di uno schema narrativo costante. La serie infatti premia le capacità previsionali dello spettatore, solitamente attribuite all'astuzia soggettiva, senza rivelare quanto questa strategia interpretativa vincente sia la risultante della struttura oggettiva dello schema. Al contempo la serie costruisce un'altra strategia interpretativa per uno spettatore più arguto. Quest'ultimo gode non tanto per il ritorno dell'identico (che il lettore ingenuo credeva diverso), ma per il modo in cui l'identico di base viene continuamente fatto apparire come diverso e per il riconoscimento di questo esercizio di stile.

Il piacere estetico del testo consiste dunque nel ricondurre continuamente la variabile allo schema, ossia allo specifico codice che ne permette il riconoscimento in quanto elemento di quello stesso schema. La spettatrice è difatti portata "sia a cogliere tratti distintivi, sia a sintetizzare dei tratti comuni" (Casetti 1984a: 29).

Ciò che è interessante al fine di questa ricerca è che nel riconoscimento del valore relazionale del singolo elemento si riflette la costruzione e il riconoscimento



del valore relazionale, del ruolo sociale della stessa spettatrice: la capacità di inquadrare e ricomporre il meccanismo seriale infatti sancisce l'identità dello spettatore in quanto parte di una cerchia, elemento di una collettività, con la quale si condivide la conoscenza di uno specifico linguaggio, e si regola lo scambio di differenze.<sup>87</sup>

Lo sfondo sociale sul quale si staglia il valore feticizzato del prodotto seriale è messo in primo piano dallo stesso Casetti (1984: 8), il quale individua nella serializzazione non solo “il realizzarsi di un vecchio destino” della produzione mediale, contingente alla specifica “qualità” del medium filmico e televisivo, ma una condizione insita in ogni ambito della cultura, necessaria a qualsiasi dispositivo socio-culturale, dalla narrazione al rito.<sup>88</sup>

A tale proposito, facciamo nuovamente riferimento al lavoro di Baudrillard (1972), il quale individua nelle forme di comunicazione di massa e nel loro codice operativo seriale una razionalizzazione di un principio che regola ogni tipo di oggetto e pratica sociale in termini catena e scambio di differenze reciproche: “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” (ivi: 189) – una riformulazione dell'aforisma McLuhaniano che astrae la specificità tecno-estetica del medium per ricondurla ad una forma culturale e sociale.

## 9.2. Dalla serie all'ecosistema narrativo

Con i nuovi media, si è visto, questo codice della serialità sembra avere acquisito spessore e concretezza. Oggigiorno, il feticismo che si instaura nella relazione variazione-schema non è limitato al rapporto tra singolo episodio e serie astratta, ma sembra estendersi su una molteplicità di piani, esplicitando così la propria portata ambientale e più ampiamente socio-culturale.

Come visto in precedenza (cfr. capitolo 7), con l'emergere delle tecnologie digitali si esplicita sempre di più la logica di rimediazione che mette in relazione diversi dispositivi mediali tra loro, favorendo la contaminazione delle rispettive

---

<sup>87</sup> Si tratta dell'applicazione ai prodotti televisivi e seriali di una regola più generale feticismo, secondo la quale: “non è mai il feticismo dell'oggetto a sostenere lo scambio nel suo principio, ma il principio dello scambio che sostiene il valore feticizzato dell'oggetto” (Baudrillard 1974: 120).

<sup>88</sup> Questo passaggio fa da eco ad alcune riflessioni di Raymond Williams (1975), che afferma come la dinamica del “flusso”, una declinazione della forma seriale specifica del medium televisivo, si pone in realtà a compimento di una più ampia logica della cultura dei consumi.

esperienze di fruizione e la formazione di un ambiente mediale ibrido. Gli stessi prodotti audiovisivi, d'altra parte, frammentandosi e distribuendosi su diversi media, sono soggetti ad una continua ridefinizione dei propri limiti. A tale proposito, Maiello (2020: 10-11) avanza l'ipotesi che, "il rapporto tra le trasformazioni del nostro ambiente mediale e l'intensa proliferazione di racconti seriali audiovisivi non sia casuale, tutt'altro: le serie tv sono una forma di adattamento all'ambiente ibrido in cui viviamo" - un ambiente – prosegue Maiello,

[...] in cui l'immagine e le tecnologie dell'immagine non sono più circoscritte a uno specifico ambito dell'esperienza, quello legato alla creazione di forme simboliche, che tradizionalmente, dalla modernità in poi, abbiamo chiamato arte, ma permeano in modo profondo il dispiegarsi della vita quotidiana, in una continua sovrapposizione di piani [...] Ed è proprio in questo nuovo spazio mediale, dove i singoli media perdono i propri tradizionali perimetri di riferimento, che la serialità va diffondendosi, emergendo come la forma audiovisiva che forse meglio di tutte riesce a mettere a sistema questa nuova configurazione ibrida. (ivi: 29).

L'ipotesi avanzata da Maiello è una declinazione in termini più strettamente mediale di un'idea già affermata più volte nel corso di questo lavoro: la produzione culturale e mediale non si presenta più come dominio sovrastrutturale, in quanto produzione di contenuti ideologici, ma si pone al centro (o sullo stesso piano strutturale) della produzione sociale, proprio in virtù della specifica forma seriale di questi contenuti. Per dirla con Lotman, ciò che si vuole fare emerge è la *funzionalità* dei prodotti seriali rispetto al sistema mediale e socio-culturale dal quale emergono e con il quale intrattengono un rapporto di sostanziale *isomorfismo*:

Le serie tv sono l'ultima tappa [...] di quell'articolato percorso, cominciato all'inizio del secolo scorso, di progressiva industrializzazione del processo artistico creativo, che ha avuto come suo principio proprio quella della riproducibilità tecnica e della ripetizione [...] con il processo di industrializzazione e serializzazione, la creazione dell'opera diventa sempre più strettamente connessa alla *naturale* evoluzione del medium e il culto dell'opera, fondato sulla sua auraticità, si trasforma in una piena totale esposizione dell'opera stessa, ovvero nella sua apertura e predisposizione a un potenziale continuo processo di smontaggio e rimontaggio. (ivi: 21)

Quest'apertura del prodotto seriale alle operazioni di smontaggio e rimontaggio da parte del fruitore è paradossalmente ciò che porta lo stesso prodotto a chiudersi su se stesso e a riflettere il proprio modello di (ri)produzione seriale - il

proprio medium - conferendo così un certo grado di coerenza e sistematicità all'ambiente ibrido e frammentato in cui e di cui facciamo esperienza e permettendo di dare un *sensò* a questa stessa esperienza<sup>89</sup>:

Nell'epoca post-cinematografica e postmediale la proliferazione dei racconti audiovisivi seriali sembra essere una risposta alla frammentazione mediale della nostra vita e all'intrinseca apertura dei discorsi che noi costruiamo per presentarla e raccontarla, agli altri e a noi stessi. Le serie tv sono una forma di adattamento a questo nuovo ibrido ambiente mediale, in cui convergono, attraverso un flusso continuo e indistinto di partecipazione, produzione e fruizione di contenuti, pratiche e funzioni sociali diverse. (ivi: 43-44)

È bene dunque specificare che, solo a partire dal rimando dei prodotti seriali (insito nella stessa forma seriale) al proprio modello di riproduzione tecnica e mediale e del continuo associarsi (insito nella logica della rimediazione) degli stessi dispositivi tecnici e medialità all'ambiente "reale" e "naturale", è possibile concepire la progressiva apertura della serie alla realtà del pubblico e, allo stesso tempo, l'integrazione di questa stessa realtà nell'ambiente mediale. Ancora una volta Maiello (ivi: 38) sostiene che:

Il dispiegarsi degli eventi non avviene in un ambito – quella che per intenderci chiamiamo realtà – per poi essere "rappresentato" in un altro – la rete. La vita accade esattamente nel punto di incontro di questi due mondi, nel loro continuo sconfinamento e nella continua ridefinizione di perimetri che cessano di avere contorni netti per tramutarsi in soglie interscambio.<sup>90</sup>

Se il testo mediale è sempre stato concepito come un prodotto discreto, il cui consumo si esauriva nell'intervallo spazio-temporale della sua messa in onda, ora, invece, diventa un ambiente poliedrico, complesso, che vive di innumerevoli estensioni spaziali e diverse temporalità, al di là dei suoi stessi confini e sempre più aperto alle pratiche di consumo produttivo da parte di spettatrici e consumatrici - nelle vesti di utenti e *prosumers* (Toffler 1980).

---

<sup>89</sup> Non a caso, Dusi, Eugeni e Grignaffini (2020: iii) affermano che "le serie sono diventate il più potente mezzo di narrazione dell'epoca contemporanea", ovvero il più importante mezzo di strutturazione del senso.

<sup>90</sup> Tenendo sempre chiaro il riferimento alla nozione di rimediazione, la stessa autrice specifica l'identità di queste *soglie*: "Si è venuta a creare, dunque, un'intensa reciprocità tra i media e l'ambiente, lo schermo è il dispositivo che istituisce tale reciprocità ambientale" (ivi: 10).

Sono diversi i modelli che si sono susseguiti nel tempo al fine di leggere questo processo di espansione dei contenuti seriali: dal *transmedia storytelling* (Jenkins 2007) al “testo espanso” (Carini 2009), dall’idea di *brand* (cfr. Barra, Penati e Scaglioni 2010) sino all’“ecosistema narrativo” (Pescatore 2018).<sup>91</sup> Ciascuno di questi, seppure con diverse sfaccettature, è volto a spostare l’attenzione dalle tradizionali forme testuali alla creazione di un nuclei narrativi - *high-core concept* - disincarnati e scalabili, ossia adattabili al terminale di fruizione e al tipo di fruitore. In altre parole, il contenuto non può prescindere dai molteplici aspetti della sua circolazione, e deve tenere assieme l’aspetto più strettamente narrativo e testuale con le variegate forme di ricezione e consumo.

Come sottolinea Barra, “l’estetica è così sempre ‘funzionale’, mai libera e slegata dai suoi contesti” (Barra 2017: 578). L’episodio non rimanda esclusivamente al suo successivo all’interno della serie narrativa, ma a una *serie* di piattaforme mediali e soprattutto alle pratiche di consumo e (ri)produzione dello stesso episodio e di altri contenuti relativi. Ciò fa sì che si passi da una prospettiva sulla serialità come struttura astratta alla serialità come *pratica*: connessioni strutturali tra strategie di produzione, distribuzione, consumo, che si aggiornano attraverso i testi, le loro estensioni e circolazioni mediali e più ampiamente culturali (cfr. Scaglioni 2016; Barra 2017). A tale proposito, Scolari (2009) inserisce le pratiche discorsive degli spettatori tra gli spazi mediali che arricchiscono la transmedialità del prodotto; Boni (2018) rilegge la stessa relazione, sottolineando come sia l’oggetto transmediale a favorire lo sviluppo di discorsività nelle reti sociali.

Siamo dunque di fronte ad una trasformazione dello scenario mediale che Jenkins (2007) ha definito in termini di “convergenza culturale”, piuttosto che strettamente tecnologica-mediale, in cui sì il contenuto seriale si adatta ed espande lungo molteplici piattaforme, ma dove le stesse piattaforme mediali “si

---

<sup>91</sup> In forte analogia con l’idea di ecosistema narrativo – di cui si vuole sottolineare l’apertura ad un più ampio *medium* socio-culturale - Dusi (2019; ma si veda anche Dusi, Eugeni e Grignaffini 2020) riprende e riadatta alcuni modelli più strettamente semiotici proprio per la descrizione del funzionamento dei nuovi ambienti mediali e dei relativi prodotti seriali: 1) il modello delle “forme di vita” (Fontanille 2015), che considera insieme di testi, oggetti e pratiche apparentemente eterogenei, ma caratterizzati da una forte coerenza intersemiotica e intermediale riconducibili ad uno stesso universo discorsivo – ulteriormente declinabili in termini di *storyworld*; 2) il modello sociosemiotico dei “regimi di interazione” (Landowski 2005) che, ai regimi più tradizionali e gerarchici di *programmazione* e *manipolazione*, aggiunge quelli dell’*incidente* e dell’*aggiustamento*, proprio ad evidenziare una certa circolarità della relazione tra prodotti e consumatrici, volta a rafforzare la coerenza dell’ecosistema in cui queste interazioni prendono forma; 3) il modello della *semiosfera* di chiara matrice lotmaniana - già ripreso in chiave più strettamente mediale Saldre e Torop (2012) - che mette in evidenza le operazioni di traduzione e integrazione dei contenuti più periferici e satellite al nucleo centrale.

sovrappongono, si mescolano, si combinano, si piegano con maggiore flessibilità agli usi che decidiamo di farne, ai nostri tempi e ai nostri spazi” (Grasso e Scaglioni 2010, 11).

È in questa cornice che prende forma il modello di *ecosistema narrativo*. Questo modello non si limita a leggere l’attuale scenario mediale come una rete di connessioni prestabilite tra media, ma apre al concetto euristico di “ambiente”: una sorta di spazio enciclopedico che dà credito alla libera azione della spettatrice-user di esplorarne le virtualità, attivarne percorsi, non solo al di là del nucleo televisivo di base, ma anche oltre le predisposizioni tipiche del modello transmediale:

Non si tratta più di progettare oggetti testuali puntuali di partenza da cui si irradiano altri oggetti, ma un universo complesso, policentrico eppure coerente [...] entro il quale l’utente attiva in modo situato frammenti del sistema complessivo in funzione di orientamento e in base al punto di accesso e al contesto d’uso in cui si trova all’interno del sistema stesso. (Bisoni, Innocenti, Pescatore 2013: 16)

Tuttavia, l’affermazione di questo nuovo paradigma porta con sé una serie di ambivalenze. Al fine di regolare e integrare al proprio interno questa crescente eterogeneità, non solo dei contenuti, ma degli stessi tempi e spazi di produzione e consumo, il prodotto televisivo seriale, in maniera più o meno esplicita fa riferimento alle proprie possibili modalità di consumo produttivo su altre piattaforme: un modo per sincronizzare e focalizzare nuovamente su se stessa lo spettro di agibilità dell’audience.

A tale proposito, Rosati (2018) delinea tre caratteristiche/tendenze degli ecosistemi che favoriscono la sussunzione e la strumentalizzazione degli aspetti più “soggettivi” del consumo dell’utente all’interno dello stesso ecosistema: (1) la *resilienza*, in termini di interrelazione tra i movimenti *top-down* e *bottom-up*; (2) la *correlazione*, ovvero la capacità di un sistema di suggerire collegamenti tra le sue parti (*berry-picking*); (3) la *coerenza*, che si esplica nella continuità di consumo richiesta dalla costruzione seriale del prodotto.

Difatti, come sottolinea Carini (2009: 6), oggi è sempre più difficile distinguere tra *overflow culturale* e *overflow mediatico*, specialmente quando “sono i produttori ad avere in mano il controllo del flusso, che converge e diverge attraverso le piattaforme. Si tratta quindi di un’interattività strutturata”. Sulla stessa linea, Tralli (2018) ricorda la necessità di riportare gli studi sull’audience a focalizzarsi sulle strutture produttive e medialità in uno scenario più integrato. Leggermente più pessimista è la visione di Abercrombie e Longhurst (1998), i quali mettono in evidenza come, in questa indistinzione tra convergenza mediatica

e culturale, qualsiasi forma di resistenza e risignificazione del contenuto mediale sia integrata e predisposta già a monte.

A tale proposito, Hodge e Lally (2006) rilevano la configurazione frattale dei sistemi mediali, secondo cui ogni parte è organizzata con gli stessi principi e criteri del tutto; per via di questa costitutiva modularità, il formato seriale accresce la sua compattezza proprio in funzione della *spreadability* (Jenkins, Ford e Green 2013) dei propri contenuti e delle continue rimodulazioni da parte degli spettatori-utenti. Come afferma Maiello (2020: 140), “la progettazione del sistema transmediale, dunque, ha un’importanza decisiva, in quanto è in essa stessa che risiede la tenuta e la coerenza della narrazione”. Lo stesso Jenkins (2007a: 52) sottolinea come: “l’espansione del brand si basa dunque sull’interesse del pubblico verso particolari contenuti per spingerlo a entrare ripetutamente in contatto con un marchio che vi è associato”. Secondo lo stesso Jenkins (2007b), si tratta di “un processo attraverso il quale gli elementi integrali di un racconto sono dispersi sistematicamente su differenti canali di distribuzione con l’obiettivo di creare un’esperienza di intrattenimento unificata e coordinata”.

Ciò che emerge da queste modellizzazioni è una dialettica tra apertura e chiusura dell’ecosistema narrativo e mediale che si sviluppa attorno alla propria forma seriale. Si tratta di una questione specificatamente semiotica oltre che mediale. Già Eco (1962) aveva teorizzato attraverso il concetto di *opera aperta* l’idea di una testualità i cui confini sono soggetti a una continua negoziazione con il fruitore. Un’idea di base ripresa dallo stesso Eco nel *Lector in fabula* (1979), in cui emergeva come la costituzione e l’attualizzazione degli universi narrativi – i cosiddetti “Mondi Possibili” – non potesse prescindere dall’apertura all’interpretazione e ad un lavoro di ricostruzione da parte del lettore.

Secondo Montanari (2020), il modello dell’opera aperta, proprio per la sua predisposizione a molteplici letture ed espansioni di significato, si pone come anticipazione di una forma che oggi definiremmo appunto transmediale o ecosistemica. Tuttavia, lo stesso Montanari nota che, se da un lato Eco si sia concentrato sull’apertura nelle diverse forme di testualità, dall’altro abbia in qualche modo sorvolato sulla questione della definizione dei confini di questi sistemi di senso; un problema che per Montanari, riprendendo l’analisi di Esposito (2013), può essere affrontato attraverso un confronto della semiotica con la teoria dei sistemi di Luhmann. Secondo questa prospettiva, “sono i vincoli [...] e le forme di questi stessi confini che renderebbero possibile, in modo apparentemente paradossale, la stessa produttività e proliferazione testuale” (Montanari 2020: 78).

Da questi presupposti emerge “l’idea di pensare a un ‘Esterno’, un ‘Aperto’, di un testo o di un universo di senso come intrinsecamente legato alla dimensione interna” (ibid.). Il riferimento di Montanari va anche al lavoro di Deleuze e Guattari (1980), secondo i quali non vi può essere un’apertura o un esterno indipendente, dal momento che, qualunque costruzione di senso, anche in un testo o in un’opera apparentemente aperta, è sempre un prodotto “realizzato nei materiali che non possono esistere al di fuori da questa stessa realizzazione”<sup>92</sup>. Per questi motivi, continua Montanari (ivi: 79), “l’esterno non è il semplice ‘contesto’, né un banale ‘deposito’ dei materiali culturali e sociali da cui attinge un testo. Si tratta invece di ‘ambienti’, ‘sacche’, o ‘luoghi’, o ‘spazi’ (*foyers*) che accompagnano e al contempo vengono prodotti dai testi stessi”.

In generale, ciò che viene sostenuto è come la capacità dei testi di svilupparsi su diverse piattaforme non possa essere concepita esclusivamente in termini di proliferazione narrativa verso l’esterno, ma come risultante di un lavoro a partire dai “diversi strati di organizzazione e di punti di vista” (ibid.) interni: una sorta di autopoiesi che caratterizza questi stessi testi e quelli seriali in particolar modo. Sulla stessa linea, Maiello (2020) suggerisce di discostarsi in parte dall’opposizione tra testi narrativamente “aperti” e “chiusi”, per evidenziare piuttosto la capacità, insita nel formato e nella narrazione seriale, di sviluppare e definire dei veri e propri mondi a partire da una riflessione sul proprio funzionamento interno.

Ed è proprio su questa linea – o meglio, spirale circolare - che ci muoveremo nei prossimi paragrafi: (1) dopo questa analisi della relazione tra ambiente mediale ibrido e forma seriale, (2) cercheremo ora di esplorare la relazione che si instaura tra narrazione seriale e transmediale e la formazione di un mondo narrativo, dal quale prende forma un vero e proprio ecosistema che (3), a sua volta, andrà ad agganciarsi sino a sovrapporsi all’ambiente mediale ibrido di partenza.

### 9.3. La complessità della narrazione seriale

Il nucleo di questa dialettica tra apertura e chiusura è rintracciabile nella struttura narrativa di molte delle serie televisive contemporanee, in cui l’intreccio risulta estremamente intricato da sciogliere, specialmente se distribuito su più livelli e aperto a diverse soluzioni: trama *multistrand* (Jenkins, Ford e Green 2013),

---

<sup>92</sup> Posizione del tutto analoga a quelle già trattate in riferimento alla questione della “mediazione radicale” (cfr. 7.2; Maiello 2017).

“iperserialità” e “serie serializzate” (Carini 2009), *endlessly deferred narrative* (Hills 2002), sono tutte forme o elementi che contribuiscono a fare della *complessità* il paradigma della nuova serialità televisiva. Tale complessità richiede un alto livello di collaborazione – una sorta di “iperfidelizzazione” (Eco 1994) - da parte dello spettatore, chiamato e continuamente educato a ricomporre, completare e contemplare non solo l’universo narrativo di riferimento, ma il suo stesso modello di strutturazione narrativa e seriale. A tale proposito, Maiello (2020: 74) sostiene che l’intreccio tra tempi e prospettive multiple,

[...] contiene [...] il tratto specificamente riflessivo della serialità contemporanea [...] Nel portare alle estreme conseguenze il lavoro di perenne ricostruzione dell’intreccio che lo spettatore deve compiere, nel continuo movimento tra ciò che sta a monte e ciò che sta a valle dell’intreccio [...] questo modello seriale sembra presentarci e sfidare il limite della serialità quale nuova forma mediale della narrazione.

Cause e conseguenze di questo meccanismo seriale complesso, tra apertura al lavoro dello spettatore e chiusura riflessiva, sono indagate da Mittell (2006; 2015). L’autore mette in evidenza come catene di rimandi intra e intertestuali, sia a livello narrativo che discorsivo, stimolano l’attenzione dello spettatore verso il meccanismo seriale che caratterizza il prodotto audiovisivo. Più nello specifico, è proprio il gioco sulle forme della serialità, fatto di *flashback* e prolessi, stati onirici, *what if*, e visioni multiprospettiche (che riflettono la visione multimediale del prodotto) ad accrescere la complessità di questi prodotti.

L’audience è chiamata così ad una conoscenza sempre più approfondita della struttura e del meccanismo della serie come requisito fondamentale per goderne il consumo. Come afferma lo stesso Mittell (2006: 124), “questa riflessività operativa ci invita ad appassionarci alla realtà fittizia, apprezzandone al contempo la costruzione”. Ciò che risulta interessante è proprio come lo spettatore venga in qualche modo sollecitato a questo lavoro ed educato al consumo della complessità. Come sostiene lo stesso Mittell (2015: 7), “non sono gli spettatori ad essere attivi, ma è l’oggetto culturale ad imporlo: le serie sono fatte per stimolare gli spettatori, per confonderli in modo strategico e obbligarli a orientarsi nei vari mondi narrativi”.

Molte serie tv contemporanee inducono un temporaneo disorientamento, sollecitando così l’esercizio e la continuità di visione al fine di una piena comprensione. Difatti, lo scopo delle serie complesse non è quello di far risolvere l’enigma anzitempo, ovvero di appagare le previsioni del lettore; al contrario, la



spettatrice è catturata all'interno di un'*ermeneutica perpetuata* (Hills 2002), invitata ad esplorare i gradi di profondità del testo, la sua *drillability* (Mittell 2015), stimolata ad acquisire progressivamente le competenze necessarie per seguire le strategie narrative e al contempo per rimanerne continuamente sorpresa. Questa è l'estetica ludica, la poetica dell'opera: "vogliamo godere dei risultati del meccanismo e insieme meravigliarci del suo funzionamento" (Mittell 2006: 129).

Simili conclusioni sono tratte dal lavoro di Nieddu (2018). L'autrice nota come le nuove serie televisive richiedono che la spettatrice valuti le strategie messe in opera dal testo e lo rivisiti più volte per individuarle, riconoscerle e riformularle. Tutto ciò non permette solo al testo di ampliarsi oltre i suoi stessi confini, ma anche alla spettatrice di immergersi in esso, di esserne integrata. A tale proposito Nieddu costruisce un parallelo tra l'estetica della nuova serialità e quella dell'opera aperta. Anche in questo caso, il confronto con il paradigma echiano è sviluppato in maniera critica. Difatti, il testo seriale, seppure aperto, indirizza, orienta e per certi versi limita le interpretazioni del lettore: la serie – come forma particolare di opera aperta – "anziché subire l'apertura come dato di fatto inevitabile, la elegge a *programma produttivo*" (Eco 1962: 37). In altre parole, le molteplici interpretazioni delle spettatrici sono "possibilità già razionalmente organizzate, orientate e dotate di esigenze organiche di sviluppo (ivi: 58), previste generativamente dall'autrice, o perlomeno insite nel testo.

Vi è un altro punto cruciale avanzato da Nieddu, volto ad evidenziare delle criticità del modello dell'ecosistema narrativo proprio alla luce del confronto con quello dell'opera aperta. Come afferma Eco, "il fruitore, non condizionato da un centro assoluto, costituisce il suo sistema di relazioni facendolo emergere da un continuo in cui non esistono punti privilegiati, ma tutte le prospettive sono egualmente valide e ricche di possibilità" (ivi: 57); se ne deduce che ogni interpretazione del testo non possa in alcun modo coincidere con una definizione ultima e risolutiva: ogni atto interpretativo, pertanto, risulta essere complementare rispetto agli altri, e solo la totalità delle interpretazioni suggerite può esaurire le possibilità di conoscere il testo. Ciò comporta che il significato del testo non sia semplicemente il risultato di una negoziazione tra singolo lettore e testo, ma frutto di un'operazione e di un processo collettivo. Si vuole quindi ipotizzare che sia la stessa struttura narrativa della serie a predisporre una socializzazione dell'attività dell'audience su una pluralità di piattaforme e la sincronizzazione di tale partecipazione e proliferazione transmediale ai fini di un accrescimento della propria coerenza.

Come sottolinea Maiello (2020: 133), “proprio questa immersività del racconto ci porta a uscire fuori dal racconto stesso, a cercare una nuova forma di socializzazione dell’esperienza della visione che trova nella rete il proprio spazio di messa in condivisione, recuperando quella dimensione collettiva [...] In questo modo si attiva un terzo tempo della visione”. Tuttavia, più che in uno spazio esterno o in un tempo altro, l’esperienza sociale è del tutto integrata nell’ecosistema che si sviluppa a partire dalle logiche del formato seriale.

A tale proposito, un’altra questione chiave è quella relativa alla “nuova” temporalità di consumo delle serie televisive e, in generale, dei nuovi media. L’espansione di questi prodotti seriali su una pluralità di piattaforme è apparentemente accompagnata da una potenziale estensione e diversificazione dei tempi di fruizione. I contenuti sono difatti espandibili proprio in funzione della loro *estraibilità* dal flusso della televisione tradizionale e del loro reinserimento nelle librerie delle nuove piattaforme televisive online – si pensi a *Netflix*, *Amazon Prime*, *Hulu*, solo per citare le più note.

Nonostante il loro formato a *file* che li rende archiviabili e facilmente recuperabili quando si vuole, questi contenuti sono soggetti comunque ad una evanescenza per certi versi analoga a quella del flusso. Tant’è che per Kelly (2011), su queste piattaforme, “lo streaming è l’applicazione della logica del flusso a un medium scomposto in file”. Questa condizione “effimera” spinge a un consumo del prodotto accelerato – perlomeno “entro la finestra di tempo in cui il contenuto è accessibile” (ibid.).

A questo punto, ci si può addirittura spingere nell’interpretare la pratica del *binge-watching*, che caratterizza il consumo di serie TV sulle piattaforme online, come una forma e temporalità di visione in linea con la temporalità limitata imposta da queste piattaforme. Una modalità di consumo inoltre favorita dalla specificità del contenuto offerto. In particolare, “l’opportunità di comprimere la visione permette la migliore memorizzazione di dettagli significativi che sarebbero stati dimenticati se la visione fosse stata estesa per dei mesi” (ibid.). In altre parole, nonostante lo sviluppo di possibilità per l’audience di vedere il proprio show *anytime, anywhere*<sup>93</sup>, sia l’effimerità che la complessità dei contenuti

---

<sup>93</sup> Si tratta dello slogan della pubblicità della piattaforma televisiva *Hulu*, mandata in onda per la prima volta durante il *Super Bowl* 2008. Risulta paradossale come il valore (soprattutto economico) di uno slogan del genere è legato al momento preciso in cui questo viene mandato in onda all’interno del palinsesto televisivo. Una paradossalità che Kelly (2011) mette in evidenza in apertura della sua analisi sulle ambivalenze della temporalità della nuova TV online.

catalogati nelle librerie della TV online implicano uno specifico tempo e determinate temporalità di visione.

La retorica sulla libertà individuale di consumo dei contenuti è inoltre sempre contraddetta dalla necessità di condividere la propria esperienza di visione in una più ampia arena sociale, comunque confinata al tempo sempre presente dei social media e all'universo della serie. Difatti, i social media si presentano sempre di più come ulteriori piattaforme di distribuzione, diffusione, e proliferazione dei contenuti (si pensi al caso di *Skam*), favorendo sì un'esperienza diversificata e attiva della serie, ma determinando comunque specifiche finestre temporali per usufruire di questa esperienza: un meccanismo in cui il tempo del racconto va a coincidere sempre di più con il tempo di visione.

Così, la frammentazione del flusso televisivo in questi contenuti transmediali implica la ricollocazione di questi frammenti in un nuovo flusso, in una nuova serialità, la cui peculiare temporalità rivela una specifica funzione culturale e social(e): “è la cultura partecipativa che incoraggia quest'attività [...] è meno probabile che si discuta un punto della trama se lo stiamo vedendo in tempi differenti” (ibid.).

L'apertura della serie verso il mondo della spettatrice-utente spesso si risolve nell'estetizzazione riflessiva di questa stessa relazione. Si tratta di una tendenza specifica della serialità, che struttura la propria diffusione transmediale definendo i limiti spaziali e le logiche temporali di un ecosistema mediale integrato: uno spazio comune di condivisione e di scambio feticizzato degli elementi seriali. Ecco perché il fenomeno del cosiddetto *fandom diffuso*, o *mainstream* (cfr. Scaglioni 2006; Gray, Sandvoss, Harrington 2007) andrebbe riletto non in termini di espansione delle pratiche attive dell'audience al di fuori dei limiti spazio-temporali del testo audiovisivo, ma più che altro come una strategia interna di lettura prevista dallo stesso testo seriale per goderne appieno.

Dunque, il merito di una prospettiva ecosistemica non sta tanto nel rilevare il movimento d'apertura al contesto culturale di produzione e consumo del pubblico, ma, semmai, nell'evidenziare il meccanismo di integrazione, codificazione e feticizzazione di questo spazio secondo le logiche dei prodotti seriali e dei relativi media: una dimensione ambientale che la serialità acquisisce nella sua forma complessa oggi giorno.

#### 9.4. Utopia e distopia addomesticatrice

Il processo di colonizzazione e strutturazione dell'ambiente di consumo ha origini ben più lontane rispetto alla serialità contemporanea. Difatti, già le prime serie TV non si presentavano tanto come un riflesso o una proiezione della realtà al di qua dello schermo, ma, al contrario, erano capaci di scandire e codificare le vite delle spettatrici, al punto limite di una totale sovrapposizione tra il mondo rappresentato al di là dello schermo e l'ambiente casalingo e quotidiano di consumo.

Tale dinamica spaziale si gioca attorno il complementare aspetto della temporalità. Alla luce dell'ipertrofia tipica dell'elemento seriale, Casetti (1984: 10) si domanda se la serialità preveda una progressione o se si limiti semplicemente ad uno slittamento dei posti, "se insomma posseda una temporalità o non conosca che spazializzazione". In altre parole, l'ipotesi dello stesso Casetti è che il prodotto seriale, nel tentativo di presentare la temporalità del reale, la successione del quotidiano, riproduca quest'ultimo come una mera ripetizione astratta dell'identico.

A tale proposito, Eco (1985) notava come la saga – una forma narrativa seriale che si propone come rappresentazione del decorso storico degli eventi legati a una famiglia o a una dinastia - sia caratterizzata più che altro dalla ripetizione in forma storicizzata della stessa storia, che ne rivela di fatto l'aspetto fondamentale storico, atemporale<sup>94</sup>. Ciò che si (ri)produce è il quotidiano, sia dei personaggi che degli spettatori, attraverso la propria messa in onda giornaliera.

Dello stesso parere è Elsaesser, secondo cui, la temporalità infinita della soap opera, l'apparente susseguirsi drammatico delle vicende dei personaggi, è in realtà una modalità di codificazione, ripetizione e serializzazione del quotidiano in quanto speranza di un'altra possibilità, attesa del domani e di un nuovo episodio:

I serial televisivi non affermano tanto il rinnovamento della vita in senso organico [...] ma il rinnovarsi delle complicazioni della vita che costituiscono la materia di finzione, racconto, dramma e vicenda romantica. Cioè il modo di funzionare stesso

---

<sup>94</sup> Un esempio di saga contemporanea, che apparentemente differisce dalla tipologia avanzata da Eco, è quella della famiglia reale britannica in *The Crown* (Peter Morgan: 2016 – in corso). Le vicende narrate seguono il reale decorso storico degli eventi legati alla dinastia Windsor a partire dall'incoronazione di Elisabetta II sino ai giorni nostri. Tuttavia, gli eventi che si succedono episodio dopo episodio sono estensioni temporali riconducibili e finalizzate alla preservazione dell'istituzione reale. In particolare, la successione di personaggi e attori (l'intero cast è sostituito ogni due stagioni) più che funzionale ad una riproduzione mimetica della storia reale e dei suoi protagonisti, serve a marcare il gioco di ruoli che si sviluppa attorno ad uno stesso copione, ad una stessa trama: ovvero la serie di convenzioni e protocolli che vedono come unica protagonista reale, immutata, mitica, la Corona.

della televisione [...] Le contraddizioni per un serial televisivo non sono altro che opportunità per trasformare errori di tipizzazione logica in iterazioni della permutazione [...] in una strutturazione sequenziale dove il tempo non è mai esperito come mezzo di realizzazione, ma viene ‘spazializzato’ e segmentato. (Elsaesser 1994: 352-355)

Il flusso della storia, così come quello del tempo reale, viene astratto e ristrutturato attraverso il medium televisivo, ovvero attraverso “i codici di differenziazione già programmati nel suo stesso flusso” (ivi: 355). Ancora una volta, non si tratta di una rappresentazione di una storia attraverso il contenuto televisivo, ma di una riproduzione del quotidiano attraverso la propria messa in onda giorno per giorno.

Questa riproduzione e ristrutturazione del reale non si gioca solo su un piano temporale, ma coinvolge una dimensione più strettamente spaziale e ambientale. L’ambientazione di molte soap opera sono solite ricalcare lo spazio casalingo del proprio consumo, dal momento che spesso la narrazione degli eventi prende luogo in ambienti domestici.

Tuttavia, piuttosto che riflettere la realtà al di qua dello schermo, il medium la incanala al proprio interno. Il risultato è quello di un aumento di riflessività del medium televisivo su se stesso, *nonostante*, o meglio, proprio *attraverso* il riferimento al mondo delle proprie spettatrici. Difatti, più che di apertura o di un coinvolgimento, si tratta di un richiamo del prodotto seriale all’attenzione verso se stesso, (attra)verso i propri manierismi, la propria ripetizione:

Le condizioni di visione del mezzo televisivo impongono di parlare di un rapporto interattivo tra spettatore e schermo, dettato più dalla vicinanza che dalla proiezione psichica, più dalla presenza ambientale che dall’identificazione. Il largo uso di primi piani, di espressioni facciali, la verbosità e la ridondanza sintagmatica della soap opera [...] hanno funzioni fatiche (ivi: 356).

È dunque necessario precisare che il medium non si limita a catturare lo spettatore all’interno del puro meccanismo seriale, ma impone, accentra su di sé, e al contempo naturalizza la sua presenza fisica nell’ambiente casalingo della spettatrice. Come afferma Sorlin (1984: 58), difatti, “l’elemento percepito, non il narrato, della televisione perennemente accesa è parente stretto del nostro ascolto circostante”.

Quello della presenza fisica della televisione nelle nostre case è uno dei temi centrali del lavoro di Lynn Spigel. Nel suo *Make Room for TV* (1992), l’autrice

mette in risalto come il sogno di abbattere i confini e le distanze era centrale nel discorso sulla tecnologia nell'America degli anni '50. Proprio con l'avvento della televisione in quegli stessi anni, tale discorso progressista e positivista si combinava con una sorta di *housing utopia*, ovvero di "utopia casalinga" (ivi: 102). L'illusione della spazialità e di una prospettiva sul mondo esterno era riprodotta attraverso una serie di elementi architettonici, di design e di arredo d'interni, di cui la stessa televisione era parte. Proprio in qualità di "finestra sul mondo" (ibid.), la TV divenne strumento necessario per soddisfare l'esigenza della conquista e, al contempo, dell'addomesticamento dello spazio esterno.

Così, la televisione doveva fungere da mezzo di contatto con il mondo, o perlomeno con lo spazio pubblico ma, nello stesso tempo, contribuire a mantenere la distanza tra questo e la sfera privata. Impresa piuttosto ardua, tant'è che, come sottolinea la stessa Spigel, la mediazione tra queste dimensioni attraverso la trasparenza della finestra televisiva causò inevitabilmente una sorta di *fish bowl effect* - "effetto boccia dei pesci" (ivi: 117): la possibilità di uno sguardo verso l'esterno implicava, in una reversibilità minacciosa, uno sguardo che viola l'intimità dell'ambiente domestico.

C'è però da precisare che questa contiguità tra spazio interno ed esterno o, se vogliamo, questo collasso tra sfera privata e pubblica, non è leggibile con toni distopici da *Grande Fratello*, come se la televisione si presentasse come un gigantesco occhio puntato su di noi ad indagare la totalità della nostra vita (cfr. Spigel 1992: 118). Come sostenuto da Baudrillard (1972: 167):

In realtà, è inutile fantasticare su una distorsione poliziesca della televisione a opera del potere (Orwell, 1984): la televisione rappresenta, con la sua stessa presenza, il controllo sociale in casa propria. Non occorre affatto immaginarsela come il periscopio-spia del regime nella vita privata di ognuno. Essa è meglio di questo: è la certezza che le persone non parlino più tra loro, che siano definitivamente isolate di fronte a una parola senza risposta.

E ancora Baudrillard (2006: 46-*succ.*):

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 [...] oggi è piuttosto la realtà che trasfonde massicciamente nello schermo per disincarnarsi. Niente li divide più. L'osmosi. La telemorfosi è totale.

In questa *distopia addomesticatrice*, tutta la vita pubblica è ridotta all'attività di guardare il mondo esterno attraverso la televisione che, a sua volta, non fa altro che rimandarci indietro l'immagine di questa attività e del relativo spazio pubblico ormai del tutto privatizzato. La TV, difatti, non produce uno sguardo neutro verso l'esterno, ma si limita a riprodurre il nostro sguardo sul mondo attraverso di essa. Non vi è né trasparenza, né transitività da un polo *verso* l'altro del medium, ma un cortocircuito tra queste dimensioni *attraverso* lo stesso medium.

Come nell'esempio di Narciso in McLuhan, la superficie televisiva, trasparente verso l'esterno, si trasforma in una superficie di assorbimento. Si può affermare che l'estensione della nostra facoltà visiva attraverso il medium televisivo implica necessariamente l'amputazione e il cortocircuito di questa stessa protesi mediale. Quello della televisione diviene così uno "spazio elettronico antisettico" (Spigel 1992: 111), capace di esibire e tradurre le contraddizioni *reali* in una serie di contenuti differenziali feticizzati:

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 [...] 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 wrought in human relations [...] the message of TV is not the images it transmits, but the new modes of relating and perceiving it imposes [...] 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)

#### 9.5. Altri mondi, stesso ambiente

Seppur in maniera meno evidente, il meccanismo di assorbimento e codificazione dello spazio reale attraverso il medium televisivo è operativo anche laddove il mondo rappresentato non riflette l'ambiente del proprio consumo. È il caso di molte delle nuove serie televisive, che proiettano le spettatrici all'interno di mondi complessi e alternativi rispetto a quelli domestici, attraverso svariati tempi

di racconto e temporalità di consumo, ben oltre la riproduzione della quotidianità. Tuttavia, la nostra ipotesi è che maggiore è l'alterità e la complessità di questi universi rispetto alla realtà della spettatrice, maggiore risulta essere la capacità del medium televisivo di riflettere e integrare la realtà della spettatrice.

I mondi di molte serie contemporanee sono costruiti sulla base di condizioni di esistenza e secondo logiche di funzionamento ben diverse da quelle del mondo "reale" e necessitano dunque un tempo di visione prolungato per essere *comprese*. Così, il carattere iperdiegetico (Hills 2002) dei mondi narrativi che apparentemente sembra farne collassare lo scheletro seriale, risulta invece linfa vitale per azionarne il funzionamento. Difatti, questi mondi ammobiliati non sono mai dati una volta per tutte, ma sono in continuo mutamento ed espansione tramite il cosiddetto processo di *world building* (cfr. Grasso e Scaglioni 2009). Essi cioè si estendono nel tempo di visione, attraverso il consumo seriale da parte dell'audience, e nello spazio, oltre i confini televisivi, attraverso le produzioni di contenuti paratestuali da parte delle stesse spettatrici/user.

Si ritorna qui ad una questione cruciale che avevamo aperto a inizio capitolo (9.2): comprendere come la serialità riesca a dare coerenza e sistematicità alla frammentazione che caratterizza l'ambiente mediale contemporaneo, presentandosi come forma di adattamento sociale alla natura ibrida di questo stesso ambiente.

A tale proposito Maiello riprende da Ricoeur (1983) la nozione di "configurazione", un processo attraverso cui elementi, personaggi ed eventi di un determinato paradigma entrano in una relazione sintagmatica tra loro dando luogo ad un racconto inteso come una specifica *unità* spazio-temporale. Solitamente, questo meccanismo di configurazione necessita che il racconto sia giunto ad una sua conclusione: "un punto finale a partire da cui la storia assume la forma di una totalità" (Maiello 2020: 49); tant'è che lo stesso Ricoeur (ivi: 113) specifica che "è nell'atto di ri-raccontare piuttosto che in quello di raccontare, che questa funzione strutturale della chiusura può essere colta".

Tuttavia, Maiello (2020: 48) spiega che "la potenzialità del racconto seriale deriva dalla peculiare modalità di configurazione che le serie mettono in atto, cioè dalla loro capacità di creare un senso del racconto unitario, che non deriva dal carattere chiuso della narrazione, quanto dalla forma aperta di un mondo". In altre parole, pur rimanendo sempre aperte a nuovi sviluppi narrativi (ciò che permette lo stesso processo di serializzazione), le serie riescono a creare un senso unitario attraverso la stabilizzazione del proprio livello figurativo e discorsivo, ovvero attraverso la creazione e caratterizzazione di un vero e proprio *mondo* di riferimento: "e sono proprio la compattezza, la coerenza, la potenza dell'unitarietà



del mondo narrativo che permettono la longevità della serie” (ivi: 51). La configurazione del mondo permette alla serie di ottenere una certa coerenza senza inficiarne, ma al contrario sfruttandone, la specifica frammentazione e apertura narrativa:

Nella serie [...] si viene a creare una strettissima correlazione e reciprocità tra narrazione e creazione del mondo, in quanto è lo svolgimento degli eventi a contribuire in modo diretto alla creazione del mondo, il quale è a sua volta garanzia della tenuta narrativa del racconto. In altre parole, mondo e storia sono elementi co-essenziali per la virtuosità del processo di serializzazione, cioè per la reiterazione e il rinnovamento del racconto, che in mancanza o per l'indebolimento di uno dei due aspetti tende a esaurirsi. (ivi: 53)

Ed è in questo meccanismo che le serie televisive acquisiscono quello specifico fascino feticistico che ne favorisce il consumo; infatti, come sostenuto ancora da Maiello (ivi: 157), “non guardiamo le serie tv perché vogliamo sapere come vanno a finire [...] guardiamo e amiamo le serie tv perché vogliamo sapere come si costituiscono, come funzionano quei mondi, il cui senso eccede di gran lunga quello della narrazione attraverso cui, però prendono forma”.

La serie soddisfa quel desiderio di condivisione, coinvolgendoci nella progressiva definizione di un mondo a cui ci sentiamo appartenere. Come in un videogioco, nelle serie tv la narrazione può continuamente aprirsi a nuovi percorsi, così come il mondo a un costante lavoro di montaggio e rimontaggio, senza tuttavia perdere il proprio marchio distintivo, il proprio tratto di riconoscibilità – da cui deriva lo specifico “godimento della variazione” all'interno della serie, nonché la fascinazione feticistica verso quest'ultima.

Il caso delle “variazioni di mondo”, analizzato da Scaglioni (2009), è indicativo di questo processo di configurazione, nonché utile a mettere in evidenza come la questione dell'iperdiegesi e l'estetica partecipativa che questa implica siano sempre riconducibili alla specificità del formato seriale. Le variazioni di mondo, fenomeno sempre più ricorrente in alcuni episodi “speciali” di un numero crescente di serie tv, consistono in un cambio di scenario rispetto al consueto ambiente in cui la narrazione di una serie prende luogo.

Scaglioni interpreta queste variazioni come dei veri e propri “esercizi di stile seriale” (ivi: 35). Difatti, il valore di queste variazioni non è mai limitato all'episodio specifico, ma richiama con sé l'intera serie. Prima di tutto, perché la variazione non può che essere in relazione rispetto al continuum della serie, ma anche perché instaura e rende esplicito il gioco di relazioni e scambi tra il prodotto

e l'audience che si sviluppa solo attraverso la visione prolungata, estesa, appunto serializzata, del contenuto narrativo:

La variazione non può più semplicemente essere considerata come un epifenomeno frutto della natura industriale della produzione; ma, al contrario, mira ad addensare il rapporto fra l'autore implicito e un particolare lettore modello 'critico', ovvero uno spettatore che ha piena dimestichezza [...] con le caratteristiche strutturali della serie. (ivi: 36)

La variazione di mondo riflette in maniera obliqua proprio il lavoro di quell'audience attiva, abituata essa stessa ad operare variazioni di mondo (*as if stories*), attraverso la produzione di contenuti paratestuali, su altre piattaforme o anche nella vita *reale*: "Attraverso le variazioni di mondo, la produzione compie un'operazione analoga: gioca (spesso ironicamente) a modificare alcune condizioni di quel mondo che si ritiene condiviso con gli spettatori, proponendo loro di stare al gioco" (ivi: 37). Così, la serie non si limita ad una riflessione ed estetizzazione della propria struttura narrativa, ma esibisce l'intero processo di configurazione, attraverso cui "il racconto crea un mondo e al contempo si dà al mondo" (Maiello 2020: 63).

Di conseguenza, il culto dell'audience è orientato non verso il prodotto discreto o il mondo narrativo in questione, ma, in maniera riflessiva, verso lo stesso consumo produttivo seriale e transmediale, a partire da cui e verso il quale il mondo si sviluppa. Come sottolinea Scaglioni (2011) siamo di fronte a un "consumo che si caratterizza più per i suoi modi (un consumo appassionato, performativo, ludico, tendente al collezionismo) che per i suoi oggetti".

Concepire il consumo mediale secondo il modello *ing-the-thing* (cfr. Pine e Gilmore 1999), ovvero focalizzandosi sul processo di costruzione seriale e mediale del prodotto piuttosto che su un prodotto (o su un mondo) già dato, da un lato stimola la partecipazione e l'esperienza soggettiva dello spettatore-utente oltre i confini prestabiliti del testo, dall'altro la oggettiva all'interno dello stesso ambiente mediale che si sviluppa ed estende proprio in funzione di questo processo esperienziale.

Come nel caso della configurazione, "la restituzione del racconto al tempo dell'agire e del patire non avviene quando esso ha trovato un compimento, bensì proprio nell'atto del suo dispiegamento, cioè nell'atto della costruzione del suo intreccio e, con esso del mondo del racconto. Questa è un'assoluta specificità del formato seriale" (Maiello 2020: 148). Ed è proprio questa mancanza di un momento terminativo tipica delle serie che favorisce la partecipazione dello

spettatore-utente, nonché un senso di *immediatezza* e progressiva immersività nel mondo della serie:

La permanenza prolungata nella dimensione-mondo del racconto produce un senso di appartenenza che accomuna gli spettatori del racconto, intorno a cui si crea una specie di comunità [...] in altre parole, la dimensione-mondo del racconto crea un vero e proprio senso comune, non inteso come una stessa emozione che gli spettatori condividono, ma Kantianamente come la condizione di possibilità per una comunicabilità collettiva [...] Ciò che viene condiviso, detto altrimenti, è l'abitare un mondo in comune che va a sovrapporsi (e molto spesso a intrecciarsi) al mondo reale" (ivi: 159-160).

Dunque, non solo quando la narrazione televisiva ricalca l'ambiente domestico del proprio consumo, ma anche quando la spettatrice è apparentemente trasportata su svariati mondi altri, questi universi narrativi tendono a integrare al proprio interno le pratiche e gli spazi dell'audience: è proprio questo duplice movimento che, come visto in precedenza, caratterizza gli ecosistemi narrativi.

Nell'ecosistema narrativo, il medium non media più tra due spazi eterogenei, ma sembra dissolversi dando vita ad un unico ambiente che continua a riprodursi ad ogni pratica di consumo. Si tratta difatti di uno ambiente in cui non sono più i media, ma le stesse unità di contenuto narrativo prodotte dagli utenti a costituire dei punti di entrata e contatto - *entry/touch points* (Askwith 2007; Mariniello 2010) – *immediato* con l'ambiente delle narrazioni:

L'universo narrativo è un oggetto virtuale, che non si dà finché non lo si esperisce, finché non lo si naviga [...] questi elementi narrativi sono in grado di assolvere un'importante funzione di place-making poiché aiutano lo spettatore a ridurre il disorientamento e favoriscono l'ingresso, l'uscita e il ritorno del fruitore all'interno di universi narrativi complessi e stratificati su spazi diversi [...] gli oggetti testuali, agendo da interfacce, modulano la relazione dell'utente con l'universo seriale, comportandosi come strumenti di design dell'esperienza narrativa. (Innocenti e Pescatore 2011: 138)

È però necessario precisare che ciò che i contenuti *mediano* non è tanto un universo narrativo, ma più che altro la sua stessa esperienza attraverso i media. Infatti, "il sapere narrativo non si dà più nella forma del racconto, bensì nella forma dell'ambiente percorribile, che offre all'utente non tanto delle storie, quanto piuttosto delle *user experience*" (Bisoni, Innocenti, Pescatore 2013: 23); dunque

“da un’esperienza testuale inserita in un’esperienza di flusso, siamo passati a un’esperienza ambientale” (Eugeni 2010: 193):

Il passaggio da un medium all’altro avviene in una forma sempre più naturalizzata, immediata, senza soluzione di continuità, in uno scenario definito da Eugeni (2015) come “postmediale”. Per questi motivi, lo stesso Eugeni sottolinea come, più che di dissoluzione dei media, dovremmo parlare di una loro completa naturalizzazione e sovrapposizione all’esperienza quotidiana in generale. Tenendo ben presente il focus della rimediazione da cui eravamo partiti, possiamo concludere che:

l’immediatezza seriale non va nella direzione di una maggiore efficienza della prestazione dell’immagine [...] Le serie tv lavorano su un’altra lacuna, per dire così, che le forme narrative audiovisive classiche ci lasciano in eredità, quella della sostanziale differenza fenomenologica tra l’esperienza della visione e l’esperienza *tout court*. (Maiello 2020: 67).

A questo punto è possibile chiudere il cerchio di questa nostra analisi, nel tentativo di riflettere la circolarità che contraddistingue il meccanismo della serialità televisiva: (1) la stretta relazione tra ambiente mediale ibrido e formato seriale si esplica in termini di narrazione transmediale; (2) la stessa narrazione transmediale trova un senso coerente nella configurazione di un determinato mondo narrativo; (3) il rapporto tra mondo narrativo e ambiente mediale di consumo dello stesso si risolve nella costituzione di un ecosistema narrativo. Come spiega Maiello (ivi: 139-140), “Quando l’arte transmediale di creare mondi incontra la peculiare configurazione spazio-temporale intorno a cui si costruisce il formato seriale emerge quello che si può definire *ecosistema narrativo seriale*” – ed è così che “l’ecosistema transmediale della serie viene a coincidere perfettamente con l’ambiente postmediale in cui noi viviamo” (ivi: 144).

## 9.6. La social TV

La serialità si presenta come una forma capace di strutturare non solo un certo contenuto o mondo narrativo, ma più che altro la modalità di consumo dello stesso. Se il genere è inteso come norma volta a regolare e orientare il consumo del pubblico, possiamo affermare che la serialità si presenta come un particolare genere televisivo: una sorta di *meta-genere* (cfr. Fabbri 2020; Dusi e Grignaffini 2020), dal momento che opera una *riflessione* sulla stessa forma di consumo,

trasversale a un numero crescente di trasmissioni, proprio perché astratta dalla specificità dei loro contenuti, ma focalizzata sulla modalità di circolazione degli stessi.

Ad appartenere a questo meta-genere sono un numero crescente di programmi – non strettamente narrativi o seriali - che fanno in maniera più o meno esplicita riferimento alle proprie possibili modalità di consumo su altre piattaforme, in modo da sincronizzare e focalizzare nuovamente su se stesse lo spettro di possibilità e agibilità dell'audience. Si tratta di una strategia operata al fine di regolare, integrare e rimediare all'interno del proprio ecosistema la crescente eterogeneità, non solo dei contenuti, ma degli stessi tempi e spazi di produzione e consumo televisivi.

Un esempio di questa riflessione strategica avviene nella cosiddetta *social TV* (cfr. Barra e Scaglioni 2014) – categoria, o meglio ancora, (meta)genere televisivo in cui rientrano programmi come *Gazebo* (Rai3, 2013-2017) e il suo erede *Propaganda Live* (La7, 2017- in corso). Queste trasmissioni, attraverso dispositivi quali la *social top 10* – una sorta di classifica dei tweet o dei post sui social più esilaranti della settimana - o la *VAR* – momento finale in cui vengono proposti gli highlights della serata che si sta per concludere attraverso gli occhi dei telespettatori - riaccentrano sul nucleo principale della trasmissione televisiva la pluralità e l'eterogeneità di contenuti su altre piattaforme, indipendentemente dalla loro relazione con la stessa trasmissione.

Più in generale, si può registrare un numero crescente di programmi ed eventi *live*, che invitano sempre di più il proprio pubblico a commentarne in diretta i momenti salienti, solitamente attraverso un sistema di *hashtag* seguiti dal nome dello stesso programma.<sup>95</sup> Spesso, tale partecipazione è ulteriormente esibita e rimediata attraverso la messa in onda di questi contenuti relativi (*live tweet*), solitamente in sovraimpressione, o addirittura in momenti dello show appositamente dedicati alla loro lettura.

In questo modo, le trasmissioni della *TV social* sono capaci di accrescere la loro compattezza e autoreferenzialità in funzione delle proprie estensioni multimediali. L'apertura verso il pubblico e i suoi contenuti si risolve in una forma di auto-consumo, di saturazione e *suturazione* dell'ambiente mediale attraverso la catena di passaggi da un medium all'altro che avviene senza più soluzione di continuità.

---

<sup>95</sup> A tale proposito, in linea con il lavoro di Kelly (2011), Barra (2019) ci invita a riflettere sulla rinnovata importanza della logica del palinsesto e sulla centralità dell'evento in diretta, in uno scenario televisivo apparentemente dominato dalla pluralizzazione dei tempi di consumo.

Sulla base di questi esempi, possiamo ora permetterci di sfatare uno dei miti che più accompagna il consumo e la produzione audiovisiva oggi: l'interattività. Come detto più volte, l'avvento dei media digitali permette di consumare contenuti medialità al di là dei tempi e degli spazi televisivi tradizionali; inoltre, tali innovazioni superano la stessa categoria di consumo, dal momento che offrono allo spettatore/utente la possibilità di interagire con questi contenuti attraverso la produzione di (para)testi relativi che contribuiscono ad ampliare i confini del prodotto di base.

È bene però specificare che questa interattività non avrebbe la stessa efficacia se limitata ad un rapporto individuale tra singolo utente e medium: infatti, il consumo produttivo non solo alimenta la discorsività attorno un contenuto di partenza, ma è a sua volta alimentato dal potenziale social(e) di quest'ultimo. Ed è proprio in questa dinamica che si inserisce, o meglio, si conferma il ruolo chiave della televisione broadcast e della temporalità del palinsesto. Spesso con una retorica ambigua, capace di promuovere sì le proprie innovazioni in linea con il panorama digitale, ma al contempo di difendere le proprie peculiarità tradizionali, la televisione broadcast punta sempre maggiormente alla costruzione dell'evento collettivo da consumarsi in massa in un determinato tempo – e solo a partire da questo appuntamento stabilito stimolare e adattare (più che adattarsi a) l'interattività della spettatrice utente.

La condivisione su piattaforme multiple di contenuti televisivi non può che essere riflesso di una condivisione di partenza che la dinamica dell'evento broadcast contribuisce a creare. Ecco perché se apparentemente l'interattività porta alla ribalta la categoria di produzione individuale e soggettiva oltre quella del consumo, sono in realtà le logiche del consumo, dello scambio e della condivisione social(e) a riflettersi e rafforzarsi.

Il *Festival di Sanremo 2020* è solo uno dei tanti esempi, forse tra i più recenti, che mette in evidenza il rinnovato successo della televisione broadcast in funzione della sua capacità di rimediare (al)l'offerta su altre piattaforme. Certo, il successo di Sanremo non si può ritenere un'assoluta novità, ma è proprio questa sua conferma, nonostante, o meglio, in virtù delle innovazioni del panorama mediale contemporaneo, ciò che avvalorata la nostra tesi.

Il festival è da sempre un evento caratterizzato da una continua dialettica tra espansione e accentramento, tra estensione e chiusura riflessiva: una serie di programmi televisivi della stessa rete (e non solo) contribuiscono ad espandere i confini dell'evento e a puntare i riflettori su di esso. Negli ultimi anni, tale

dinamica va oltre il medium televisivo e si dispiega transmedialmente, specialmente lungo le piattaforme laddove il *buzz* relativo al Festival e continuamente ri-prodotto e rimediato.

Proprio l'anno scorso, un'ulteriore novità non ha fatto che confermare la solidità di questa catena di rimandi. Il tradizionale *Dopofestival* non è andato più in onda su Rai 1 a seguito della diretta dal Teatro Ariston, ma sulla piattaforma RaiPlay con l'emblematico nuovo nome di *L'altro Festival*. Nonostante il cambio di nome e di medium, non solo rispetto agli anni precedenti ma rispetto alla messa in onda dello stesso *Festival 2020* - richiesto alle spettatrici più audaci a notte inoltrata - *L'Altro Festival* ha raggiunto un buon numero di visualizzazione sulla scia del successo della competizione sanremese vera e propria.

Nelle parole del conduttore, Nicola Savino, *L'Altro Festival* ha rappresentato "uno spazio di sfogo" sia per i cantanti in gara sia per gli spettatori in relazione alle rigide convenzioni televisive del festival. Probabilmente, sia nella scelta della piattaforma che del formato alternativo della trasmissione, l'idea che stava dietro *L'Altro Festival* era quella di giocare *alla* transmedialità, piuttosto che *con* questa. Se l'intenzione non ci è data sapere con certezza, il risultato finale è stato comunque quello di una *simulazione* dell'interattività offerta dal nuovo panorama transmediale e richiesta dal pubblico: una *performance* che si è comunque mantenuta al copione e alle regole della TV tradizionale.

*L'Altro Festival* ha avuto sì il proprio spazio e tempo di consumo sociale alternativo, ma ancora strettamente legato allo spazio e al tempo della trasmissione televisiva principale a cui faceva riferimento: è rimasto un *dopo-festival*. Dopotutto, se la convergenza non è strettamente tecnologica, ma più ampiamente culturale, questo significa che la pluralità di media, contenuti e pratiche di consumo debba in qualche modo riflettere, riprodurre e rimediare un consolidato connubio tra la cultura della spettatorialità e la televisione broadcast.

#### 9.7. TV degenerat\*

La tesi secondo cui qualsiasi tipo di apertura al pubblico sia volta ad alimentare la logica del medium televisivo o più ampiamente mediale non vuole costituire una posizione apocalittica nei confronti dei processi mediali che caratterizzano la nostra contemporaneità. Anzi, ciò che si vuole evidenziare è proprio il piacere, il *feticismo*, che ne deriva, e che a sua volta può dare luogo a dei risvolti creativi, o perlomeno ricreativi.

Cerchiamo di scoprire le inaspettate virtù della televisione partendo ancora una volta dalla *questione del genere*<sup>96</sup>. La TV generalista, che si rivolge a un grande pubblico pressoché indifferenziato attraverso una serie di contenuti generici, già da anni ha ceduto il passo di fronte alla sempre più rapida proliferazione di canali specialistici, capaci di offrire contenuti dal genere ben definito.

La nuova offerta televisiva cerca in questo modo di rimediare alle logiche di mercato – in particolare all’esigenza di *targettizzazione* del pubblico-consumatore – e alle logiche più ampiamente socio-culturali di personalizzazione dell’offerta, favorite dall’avanzata dei nuovi media. A tale proposito, il genere televisivo viene utilizzato come istruzione al consumo, come *norma* volta a regolare e orientare la scelta del<sup>97</sup> pubblico a seconda della categoria sociale di appartenenza, della competenza enciclopedica e, oggigiorno sempre di più, a seconda del genere e del sesso.

#### *Uomini all’avventura e casalinghe disperate*

Quello dell’identità di genere è un criterio di selezione e definizione che opera al di là del singolo contenuto o programma, fino a delineare l’identità di interi canali televisivi. Era il caso di *FX*, così calzante al punto che “un uomo non vede[va] altro”<sup>98</sup>. È il caso di *D-Max*, che gioca su generi quali l’azione (*Cops*, *Fast ‘n loud*), l’avventura (*River Monster*, *Dual survival*, *Life below zero*), lo sport estremo (*Mountain heroes*, *WWE Raw*, *Smackdown*, etc.) per attrarre e riflettere il pubblico di genere maschile. Vi si può riscontrare una declinazione (e aspirazione) del maschile in termini di “virilità”, attraverso la promozione e l’esibizione ai limiti dell’osceno di valori quali il selvaggio (*Man, woman, wild*), la forza (*Ed Stafford: scontro fra titani*), la rudezza (*Nudi e crudi*).

In generale, si può notare una ricerca del contatto ancestrale con la natura più selvaggia, in cui si possa ritrovare l’autenticità dell’uomo – il tutto portato però ad un eccesso quasi teatrale, bizzarro, parodico del genere televisivo e dello stesso genere maschile di riferimento. Basti pensare a *Unti e Bisunti*, versione maschile targata *FX* dell’ormai canonico programma di cucina, in cui l’esaltazione della

---

<sup>96</sup> Come sarà a breve esplicitato, il riferimento è al testo *Questioni di genere* (1990) di Judith Butler.

<sup>97</sup> Nella doppia accezione soggettiva e oggettiva del genitivo.

<sup>98</sup> Si tratta dello slogan del canale *FX*.



tradizione e della veracità dei piatti diventa voracità quasi animalesca, fuori dalla norma di specie più che di genere.

Ancora più complessa è la costruzione del genere femminile. Si prenda in esame il caso di *Lei*, canale esplicitamente dedicato a un pubblico femminile, che offre in generale una vasta gamma di contenuti che vedono le donne come protagoniste principali: figure che si presentano come modelli di identificazione per le donne dell'audience.

In particolare, *Lei* si caratterizza inoltre per la presenza di diverse serie televisive in costume, da *Downtown Abbey* a *The Great*, passando per *Elisa di Rivombrosa* sino a *Piccole donne*. Nella stessa categoria è possibile far rientrare alcune miniserie quali *Gli ultimi zar* e *The Windsors*, in cui la ricostruzione storica si tinge di (romanzo) rosa. In queste docu-fiction, sono gli eventi storici a recedere e fare da sfondo alla storia di queste famiglie: un contesto nel quale le figure femminili possono emergere in maniera più rilevante rispetto a ciò che la storia generalmente ci riporta. I riflettori si spostano così dallo scenario storico verso ciò che solitamente è il fuoricena, il dietro le quinte, verso quelle donne *che stanno dietro ogni grande uomo* – sino a indagarne e ricostruirne in maniera indiscreta, morbosa, oscena la vita privata e familiare.

Ed è proprio la centralità della famiglia il luogo comune di questi prodotti dedicati a *lei* sull'omonimo canale. Lungo questa stessa linea si possono posizionare anche *The good wife* e *The real housewives of New York City*, forse meno disperate delle colleghe dei sobborghi di Wisteria Lane, ma la cui identità fa comunque fatica ad emanciparsi dal ruolo di mogli e casalinghe.

Come visto in precedenza (cfr. 9.4), la delimitazione del soggetto femminile, al di là e al di qua del teleschermo, alle dinamiche familiari e al contesto casalingo, non è esclusivamente una questione di rappresentazione e contenuto, ma una dinamica che si sviluppa storicamente a partire dalla forma e dalla presenza del medium televisivo nelle nostre case.

Oggi ovviamente lo scenario televisivo e, più in generale, lo scenario sociale sono notevolmente cambiati. Tuttavia, anche se le soap opera da casalinghe ormai invecchiate davanti alla TV cedono il passo a serie tv più sofisticate per donne emancipate, la logica di costruzione del genere femminile non passa per la loro rappresentazione sullo schermo, ma per la condivisione di uno spazio e di un tempo di (tele)visione di quel contenuto – che sia di genere o generalista poco cambia.

Il fatto che le soap opera o i più recenti prodotti di *Lei* siano caratterizzati dall'alta presenza di personaggi o tematiche femminili è solo un modo per proiettare su un piano narrativo e discorsivo, attraverso una logica di

rispecchiamento tra personaggio e spettatore, un processo di identificazione che non può prescindere dalla *condivisione* di uno stesso ecosistema mediale e culturale, all'interno del quale convogliano i diversi spazi di consumo delle telespettatrici.

Ne un esempio un altro canale tipicamente femminile come *Real Time*, che si limita alla trasposizione sullo schermo della vita reale *così com'è*, senza più alcuna distanza scenica e dunque senza la possibilità di produzione differita di un immaginario o di un senso relativo alla propria immagine televisiva: un'immagine da consumare in *tempo reale*, ovvero in maniera sincronizzata rispetto alla propria messa in onda.

L'ipotesi che si vuole avanzare è che la digitalizzazione e ibridazione della TV non favorisce la selezione dell'audience esclusivamente grazie alla proliferazione di piattaforme, canali e programmi *di e per* uno specifico genere, né tantomeno in virtù della crescente possibilità e competenza dell'audience di scegliere il contenuto e il contesto del proprio consumo in base alla propria esigenza e identità personale. Difatti, il rispecchiamento tra specificità di genere del programma e specificità di genere dell'audience, mediato dalla maggiore offerta/accessibilità non descrive appieno la relazione del consumo televisivo, e più in generale mediale, oggi.

L'innovazione tecnologica a cui è andata incontro la televisione negli ultimi anni non ha favorito una personalizzazione del consumo, ma, al contrario, ne ha esaltato il carattere e il potere omologatore, aggregativo, sociale. È solo a partire da questo principio di *condivisione collettiva*, per certi versi comunitaria, di uno stesso luogo sociale e codice mediale, che è possibile dare forma e ulteriore spinta a quei processi di riproduzione dell'identità di genere.

### *Oltre il genere attraverso il genere*

Il fatto che lo spazio di *condivisione sociale* legato al genere venga assorbito all'interno del medium non ne comporta una negazione, una forma di alienazione, ma una potenziale cassa di risonanza per quelle soggettività che ne sanno attivare il meccanismo. Più di *uomini e donne*, forse ancora in ricerca della propria identità nella propria immagine riflessa sullo schermo, è proprio il mondo LGBTQ che oggi sa meglio sfruttare, in maniera consapevole, la chiusura riflessiva dell'ambiente mediale e l'operatività del genere, al fine di sviluppare un proprio

codice di scambio comunicativo, un *luogo comune* di socializzazione e identificazione.

Da un lato, la costruzione di programmi per lui o per *lei* avviene attraverso la produzione e la trasmissione di valori già culturalmente codificati e legati rispettivamente al maschile e al femminile, che si costituiscono nella reciproca differenza sistemica, e attraverso il quale la struttura del genere, sia televisivo che sessuale, si riproduce; dall'altro, riflettere su questa stessa struttura del genere, per così dire allo stato puro, astratto dalla specificità dei valori ad esso associati, comporta invece una destrutturazione, una *degenerazione* del relativo impianto binario: una strategia per la creazione di uno spazio di agibilità ed espressione per quelle soggettività che non si rispecchiano nell'etero-normatività del genere.

È da sottolineare che questo luogo non si presenta in maniera del tutto destrutturata, come uno spazio liscio, aperto e accessibile a qualsiasi genere di soggettività già *preformata*. Spazio e soggettività che lo attraversano infatti si strutturano reciprocamente, si *performano* a vicenda. Secondo Butler (2017), le soggettività che non rientrano nello schema riproduttivo eterosessuale del maschile e del femminile non costituiscono un terzo genere di appartenenza, ma si socializzano a partire da una rielaborazione di questo stesso codice binario. I comportamenti che deviano dalla norma di genere non ne rappresentano una negazione, ma al contrario un'estremizzazione, una performance teatrale che ne svela l'artificio decostruendone la naturalità legata alla presunta oggettività del sesso<sup>99</sup>.

Il fatto che il genere di un soggetto non rispecchi il sesso a cui questo è stato assegnato alla nascita fa sì che l'identità di/del genere non si costituisca più nell'opposizione con il reciproco, nella negazione di questo, ma si renda in qualche modo autonoma, si *positivizzi*. In questo modo, la transessualità non si riduce al passaggio da un genere (o da un sesso) all'altro, ma costituisce una performance che slega il genere (e il sesso) dalla propria costrizione differenziale e dalla correlazione a un determinato valore/referente – di fatto degenerandolo.

In questo senso, la *transessualità* è una performance omologa a quella della *transmedialità*. Difatti, anche quest'ultima non è riducibile al passaggio da un medium discreto all'altro, ma trova compimento proprio nel superamento delle differenze tra i media, nella costruzione di un'ambiente mediale integrato e autonomo. Tale integrità e autonomia è data dal fatto che questo ambiente, piuttosto che riferirsi al pubblico, riflettendone differenze e generi lungo la

---

<sup>99</sup> Secondo Butler (ivi), lo stesso binarismo del sesso è di fatto effetto di una specifica pertinentizzazione culturale e ideologica attraverso cui l'oggetto di riferimento è definito.

superficie dei suoi schermi, riflette esclusivamente sul proprio genere, inteso come modello di produzione, consumo e riproduzione. Allo stesso tempo, questa riflessione presuppone l'integrazione e il richiamo *fatico* al proprio pubblico, che a sua volta non è portato a rispecchiarsi con uno specifico genere, ma a prendere parte e forma in questo gioco all'eccesso, in questa performatività del genere televisivo e, se si vuole, del proprio.

Non è un caso che intere comunità gay, ma più in generale LGBTQ, ruotino attorno al consumo di programmi televisivi che esemplificano il meccanismo della performatività di genere per come è stato delineato sinora. Sono numerosissimi i gruppi di amici *facebook* o di utenti *twitter* omosessuali che si riuniscono sincronizzando i propri schermi, televisivi e digitali, con la trasmissione di contenuti che stimolano la partecipazione e la performance dei propri *followers*.

In molti dei casi, si tratta di programmi categorizzabili sotto l'etichetta di *trash*. Il significato di questo termine non può essere ridotto ad un giudizio morale e *valoriale*, volto ad indicare contenuti dal bassissimo profilo estetico e intellettuale: materiale di scarto, spazzatura. Un contenuto è trash non perché materiale di scarso valore, ma perché del tutto avulso da una logica del valore: esso non rimanda ad alcun significato, non è determinato da uno specifico contesto e non è ascrivibile ad alcun genere, se non al proprio.

Allora un contenuto è trash in quanto presuppone il proprio *riciclo*, la propria *rimediazione*, spesso parodica, portata all'eccesso, estremizzata ed esternalizzata su diverse piattaforme. A differenza dei programmi più strettamente *social* (cfr. 9.6), quelli trash non esplicitano la loro componente transmediale, non svelano l'operatività del proprio (meta)genere, ma si rendono protagonisti di una vera e propria degenerazione, di un deregolamento totale delle proprie pratiche di consumo, che favorisce la creatività e la performatività del proprio pubblico su molteplici piattaforme.

In particolare, nell'indefinizione e nella plasticità del proprio genere, il trash si presenta come terreno complice e fertile – *fertilizzante* – per lo sviluppo della comunità LGBTQ, da sempre abituata a *fare e disfare il genere*<sup>100</sup>. Tale manipolazione del genere non serve a confezionarne uno a misura per sé, adatto alla propria soggettività non categorizzabile; è piuttosto ciascun genere di uscita ad essere funzionale ad esibirne l'artificio, il principio operativo e performativo<sup>101</sup>.

---

<sup>100</sup> Anche in questo caso, il riferimento è all'omonimo testo di Butler (2004).

<sup>101</sup> Come già visto in precedenza, questo stesso principio operativo e riflessivo del genere, che regola il consumo sociale e il culto di intere comunità di spettatori, è riscontrabile anche nella fiction, e in particolare nella nuova serialità televisiva.

È in questo modo che il trash diviene uno dei codici di scambio comunicativo (nel senso di messa in *comune*) tra i soggetti che ne attivano e performano il principio di riciclaggio e compostaggio. Proprio in questa sua circolarità e riflessività (dal genere verso il genere), il trash, oltre a costituire un codice relazionale e identitario per la definizione della comunità LGBTQ, diviene anche una pratica di resistenza all'emarginazione. Attraverso il reinserimento del prodotto di scarto nel circuito mediale, lo stesso pubblico queer si reinserisce in un campo cruciale per la nostra società oggi come quello dei media, e diventa modello di una nuova concezione di fare (e disfare) televisione.

Nella progressiva trasfigurazione della TV contemporanea in un *reality show* costante, ciò che viene continuamente esibito non è tanto la vita reale che si realizza al di qua dei teleschermi, ma una realtà già da sempre immersa e consumata nell'ecosistema mediale. Questa finta dialettica tra apertura e chiusura riflessiva, che abbiamo già avuto modo di analizzare, si esplicita in numerosissimi programmi trash. Infatti, questi non solo si prestano alle pratiche di partecipazione e rimediazione da parte del proprio pubblico, ma sono essi stessi operatori del proprio continuo riciclaggio.

Da sempre, e oggi più che mai, la TV spalanca i riflettori sui propri personaggi, che si rendono protagonisti di uno spettacolo *osceno*, della continua esibizione della propria vita *privata* che non è oggetto di mistero e fonte di curiosità più della loro vita *pubblica* (o della loro perenne *pubblicità*) sugli schermi, dal momento che queste coincidono in una sorta di dimensione iperreale: il set televisivo diventa sempre di più la loro casa e le loro case (specialmente le loro cucine) diventano sempre di più un set televisivo.

Così siamo abituati a vedere sempre le stesse figure, sballottolate da una trasmissione all'altra, da un medium all'altro, assieme a tutto il contesto, sempre più saturato da questa continua intertestualità e rimediazione. Queste figure diventano famose per il semplice fatto di esserlo, in una dilatazione e ripetizione all'infinito del quarto d'ora di celebrità Warholiano: dopo tutto che differenza c'è tra il *Grande fratello* e il *Grande fratello vip*?

Il fatto che una buona parte di questi vip siano persone, figure e icone del mondo LGBTQ non è una coincidenza, ma allo stesso tempo rischia di essere un dato forviante. Questi personaggi televisivi non devono necessariamente esser(si) già identificati come lesbiche, gay, bi, trans, o più generalmente queer: semplicemente, essi diventano icone, figure di riferimento per queste soggettività proprio in virtù della performatività del proprio genere sessuale e televisivo.

Si pensi al caso di Franca Leosini, espressione ed esaltazione gay di una femminilità alquanto conservatrice, che attraverso le sue *Storie Maledette* ci ha progressivamente raccontato la storia del suo programma, del suo personaggio: un'evoluzione che assume più che altro la forma di un'involuzione parodica, nella verbosità del proprio linguaggio, nella ripetizione di forme espressive che sono diventate oggetto di pratiche di culto da parte di un sostenuto gruppo di fan, i cosiddetti *leosiners* – di cui sarebbe interessante e al contempo superflua un'indagine sociologica per scoprirne la composizione di genere.

Altro esempio degno di nota è Carmen di Pietro, diventata un'icona gay proprio per la sua capacità di estremizzare, parodiare e rimediare la propria femminilità televisiva (con tanto di stereotipi legati alla stupidità di queste *subrette*) – si vedano gli ormai celebri video *YouTube* in cui si cimenta nella lettura di alcuni classici della poesia. Ci tengo inoltre a segnalare (e suggerire) le performance di Lucia Ocone, che con personaggi come *Marcia* (fig. 31), *Rita* (fig. 32) e *Veronika* (fig. 33) ha saputo parodiare e rimediare il genere femminile così come costruito e riprodotto all'interno di diversi generi televisivi, dalle televendite ai reality show.



Fig. 31: *Marcia*.



Fig. 32: *Rita*.



Fig. 33: *Veronika*.

Su quest'ultimo punto, uno dei massimi esempi è *Sensualità a corte*, breve striscia parodica all'interno dei vari *Mai dire*, in cui la parodia della fiction in costume si realizza tramite la propria rimediazione nel genere del reality, di cui, a sua volta, viene parodiato e rimediato il meccanismo interattivo del voto da casa. Si pensi infine - ma la lista sarebbe ancora lunga - a *Tale e quale show*: apoteosi del riciclaggio dei personaggi della TV e del trasformismo del genere.

Insomma, poco importa se queste figure siano etero, gay o queer. Anzi, talvolta la presenza di *quote arcobaleno* in alcuni programmi, o la *versione gay* di questi, può essere addirittura controproducente. Basta citare il caso del *trono gay* nella trasmissione *Uomini e donne*, in cui la componente queer del programma, data dall'estremizzazione grottesca dei modelli del maschile e del femminile messi a confronto tra loro, rischia di essere irrigidita e normativizzata in una categoria a se stante, in un genere in cui riflettersi piuttosto che da performare.

Bisogna in qualche modo emancipare queste quote arcobaleno dal loro ruolo strumentale e ideologico, che nella loro omonormatività sono funzionali alla riproduzione della televisione eteronormata. È invece necessario sapere prendere parte al loro inganno, al loro marcarsi in quanto queer per nascondere il fatto che tutta la televisione è altrettanto queer. È difatti proprio laddove si parla di donne troppo disperate e di uomini troppo virili che la TV contemporanea performa e *ri-vela* tutta la propria degenerazione.

## 9.8. La Reality TV

### *Dalla fiction al reality*

Si è visto più volte nel corso di questo lavoro come il mondo narrativo, pur nella sua alterità, sia capace di andare oltre la soglia che lo separa dal mondo reale al di qua dello schermo. Allo stesso tempo, è stata messa in luce la capacità della televisione di rimediare questa stessa apertura ripristinando la soglia lungo la quale mondo reale e mondo narrativo si significano e producono reciprocamente. Uno dei prodotti che più esemplifica il superamento della dialettica tra realtà e finzione, riconfinando entrambe le categorie all'interno del perimetro dello schermo televisivo, è il *reality show*.

Sulla base del lavoro di Jost (2003), *Realtà/finzione. L'impero del falso* (2003), Santangelo (2008: 129) afferma che è reale "non ciò che è vero perché accaduto nella realtà, ma ciò che, anche se falso, segue le regole di concatenazione

del genere in cui è inserito”. L’esempio che l’autore porta avanti è quello della *real fiction* – è forse questo il genere che meglio la definisce – *Laguna beach: the real Orange County*. Questa fiction sancisce la propria realtà, ovvero il fatto di essere la reale *O.C.*, solo in relazione alla natura finzionale di quest’ultima. Guardando i trailer di queste due serie, è possibile riscontrare alcune differenze minime ma alquanto significative.

Nel caso di *The O.C.*, il trailer marca l’aspetto finzionale della narrazione e rispetta interamente i canoni del genere della fiction: un narratore extradiegetico media tra la realtà della spettatrice e lo spazio della finzione, dandoci il benvenuto nel mondo mitico della contea californiana e dei suoi personaggi: “Welcome to the O.C”, il narratore recita alla fine del trailer; in particolare, questo passaggio riflette e riproduce quello del protagonista della serie, Ryan, in fuga dal proprio contesto familiare disagiato e in cerca di una nuova vita e di riscatto a casa di una nuova famiglia nell’Orange County: uno scenario lussuoso, illuminato dai riflettori cinematografici (Hollywood è a due passi), ma ricco di ombre e ostacoli; il carattere drammatico della narrazione è accresciuto dal brano *Trouble* (“guaio”) dei Coldplay, scelto come colonna sonora del trailer.

D’altro canto, nel trailer di *Laguna Beach*, la narratrice – extradiegetica, ma è anche uno dei protagonisti dello show - racconta ciò che accadrà nella prossima stagione della serie e della sua vita: una realtà che assume sempre più le fattezze di un “totally new drama”; la colonna sonora è *Welcome to my life*, a segnalare l’ingresso dello spettatore non tanto in un mondo finzionale, drammatico nel senso teatrale del termine, ma in una vita reale che non può essere scissa dalla sua drammatizzazione televisiva. È in questa costruzione narrativa e ripresa televisiva della vita reale che,

Nasce il senso della ‘real fiction’, vista dal versante del reality tv: persone vere che vivono in situazioni e contesti ‘mitici’, codificati dalla fiction e raccontati, al limite, con lo stesso linguaggio della fiction. Perché la realtà è un effetto di senso intertestuale, e si trova per intero nella rete di rimandi costruiti, nell’immaginario collettivo (ivi: 129-130).

In altre parole, non solo realtà e finzione sono effetti di senso che si costruiscono attraverso il riconoscimento del genere all’interno del quale questi



valori sono inseriti, ma lo stesso genere, come struttura di riconoscimento e interpretazione, è prodotto da una concatenazione intertestuale<sup>102</sup>.

Un altro caso esemplificativo e ancora più iperbolico è quello della reality fiction *So NoTORIous* (2006) che, già dal titolo, si propone di giocare con la notorietà della protagonista Tori Spelling: attrice famosa per essere la figlia di Aaron Spelling, produttore di molte delle serie in cui Tori ha preso parte, tra cui l'iconica *Beverly Hills 90210* che la rese celebre negli anni '90.

Le voci maligne che si aggirano sul conto di Tori Spelling fanno risalire il motivo del suo successo e della sua notorietà non tanto alle sue doti di attrice (spesso marginali in produzioni di scarsa qualità), ma proprio alla raccomandazione da parte del padre produttore. Tuttavia, Tori (o chi per essa) ha saputo voltare a proprio favore questi *rumors*: “L'idea originale di *So NoTORIous* è di giocare con questo luogo comune: se Tori non sa impersonare personaggi di finzione, forse saprà interpretare se stessa” (ivi: 130).

Il chiacchiericcio mediatico sulla sua vita privata e professionale, su cui sviluppa la linea narrativa del programma, è ciò sul quale viene costruita la realtà di Tori, la sua abilità ad interpretare il proprio personaggio, che non può essere scisso dalla sua persona, e viceversa. È questo che pone la spettatrice di fronte a una Tori Spelling più reale del reale, iperreale:

La 'real fiction' mette in discorso le regole linguistiche (*game*) su cui si basa la costruzione mediatica della realtà [segni del mondo, segni dell'autore, segni del documento], per far provare allo spettatore l'esperienza diretta (*play*) di ciò che egli vive quotidianamente, quando lascia che i testi audiovisivi che circolano nel sistema dei media – fattuali o finzionali – contribuiscano a creare la sua visione del mondo (ivi: 132)

Attraverso la *real fiction* viene ri-velato il gioco della televisione, quel suo “presentarsi come un mezzo privo di linguaggio, come uno strumento di diretto accesso alla visione delle cose” (Ferraro 2000: 16): un linguaggio che permette di parlare di una realtà “che non si interessa tanto di essere 'fattuale' o 'finzionale', ma di trasmettere precise visioni del mondo, che permettono di inquadrarlo in una modalità allo stesso tempo verosimile e spettacolare” (Santangelo 2008: 135).

---

<sup>102</sup> A tale riguardo, un caso italiano emblematico è quello di *Alta infedeltà*. Nel programma, la finta opposizione tra realtà e finzione si gioca all'interno della stessa trasmissione. La ricostruzione finzionale di alcune storie di tradimento è intervallata da interviste ai *veri* protagonisti degli episodi – altrettanti attori che acquistano il loro statuto di realtà solo in opposizione agli attori che ne ripropongono la vicenda.

In altre parole, la *real fiction* si muove dal genere della fiction verso quello del reality, legittimando la propria realtà in virtù di questo passaggio, ovvero esibendo le marche di questa rimediazione intra-televisiva; così spettacolo e realtà convergono (attra)verso questa loro traduzione simultanea nel linguaggio televisivo, che accresce la propria trasparenza in funzione della propria riflessività.

### *Dal reality alla fiction*

Lo stesso accrescimento di riflessività del medium televisivo è raggiunto attraverso il processo inverso: dal reality alla fiction in quel genere che si può definire (mi si conceda l'espressione) *fictional reality*. È il caso di *A tutto reality* (2007 – 2018), il cui titolo originale inglese, *Total drama*, ne sottolinea il versante più fictional.

Si tratta di una serie d'animazione canadese che ad ogni stagione propone una versione *scripted* di un reality show. In particolare, nella prima stagione, *L'isola*, vengono raccontate le vicende dei concorrenti di un reality costruito sul modello di *Survivor* e dell'*Isola dei famosi*, ma che riprende elementi formali e di stile anche da altri reality. Già dalla prima puntata, il conduttore dello show ci introduce nel mondo del reality e del suo meccanismo televisivo (*in corsivo*):

Salve! Siamo collegati in *diretta* dal campeggio di Wawanakwa, che si trova nei dintorni di Muskoka, nell'Ontario. Qui è il vostro Chris McLaine, al timone del reality show più caldo del *palinsesto televisivo* del momento! Questa la dinamica: 22 campeggiatori hanno accettato di passare 8 settimane in questo vecchio e scadente campo estivo. Si affronteranno in una *serie di pesanti sfide* per poi essere *giudicati* dai loro stessi compagni d'avventura. Ogni tre giorni, una delle *due squadre* vincerà una *ricompensa*, mentre un membro della squadra avversaria camminerà sul *molo della vergogna*, salirà a bordo della *barca del perdente* e lascerà *A tutto reality – L'isola* per sempre. Il loro destino si deciderà qui, durante l'avvincente *cerimonia del fuoco* dove, ogni settimana, tutti i campeggiatori tranne uno mangeranno un *marshmello*. Alla fine resterà un solo concorrente che riceverà in *premio* una notorietà da rotocalco e una piccola fortuna [...] Per sopravvivere dovranno combattere con mosche vere, orsi grizzly, disgustoso cibo da campeggio, e tra di loro. Ogni momento verrà catturato da una delle *centinaia di telecamere* situate in tutto il campeggio

Ancora di più rispetto a un vero reality, la narrazione di *A tutto reality* si sviluppa e si riduce attraverso la ripetizione di questa serie di momenti/elementi ad ogni episodio.

Gli stessi personaggi contribuiscono ad accrescere questo aspetto seriale. A livello discorsivo, ciascuno di questi ricalca uno stereotipo sociale e mediale: da Courtney *la perfettina* a Duncan *il marcio*, da Lindsay *la gatta morta* a Harold *lo sfigato* e Cody *il nerd*, passando per Heather *la calcolatrice* e DJ *l'orsacchiotto*, ecc. Tuttavia, ad un livello narrativo, queste peculiarità sono riducibili a meri valori differenziali e gli stessi personaggi stereotipati a dei ruoli attanziali.

La stessa astrazione si riflette a un livello figurativo: le sagome squadrate e bidimensionali dei concorrenti li rendono analoghi a delle tessere di un puzzle. Il piacere della spettatrice sta proprio nel cogliere il carattere differenziale e intercambiabile di ciascuno di questi pezzi, e nel cercare di ricomporre la sequenza attraverso cui questi si combinano tra loro, al fine di riprodurre la struttura seriale del reality (fig. 34).



Fig. 34: Personaggi di *A tutto reality – L'isola*.

Ciò che si vuole far emergere è che, attraverso la ripetizione codificata (*scripted*) degli elementi tipici del formato reality, episodio dopo episodio, viene portato avanti un particolare processo di configurazione del mondo del fictional reality, in cui la relazione necessaria che il *vero* reality intrattiene con la realtà al di qua del teleschermo va via via assottigliandosi: ciò inevitabilmente accresce il senso di isolamento che circonda il mondo della serie, riducendo l'interazione del pubblico (e lo stesso presupposto di visione dello show) ad un culto feticistico.

Esaminiamo alcuni momenti chiave per chiarire questo punto. A conclusione dell'episodio 8 della prima stagione, l'arrivo improvviso degli elicotteri della polizia interrompe la cerimonia del fuoco: si scopre così che una delle concorrenti in gara, Lizzy, è una criminale fuggita sull'*isola* per sventare la propria cattura. Viene da chiedersi: perché mai prendere parte al "reality più caldo del palinsesto

televisivo” per nascondersi? È ovvio che sembra eccessivo porsi queste domande e cercare una logica razionale e *realistica* dietro un cartone animato apertamente demenziale. Eppure, questo effetto di dissonanza viene spontaneo, dal momento che non è possibile stabilire con chiarezza un criterio di verosimiglianza (di *realtà*) dell’episodio a seconda di un determinato genere di riferimento: reality o fiction?

Nell’episodio 23, si abbatte sul campeggio un temporale così violento da far naufragare i concorrenti su un’isola deserta diversa da quella del set del reality. Il vero motivo di disagio dei personaggi non è dovuto al naufragio in sé, ma ai potenziali rischi che possono emergere da un totale isolamento, ovvero dalla rottura del contatto con la realtà al di là delle telecamere dello show - una sorta di tutela televisiva, dal momento che si sa che un reality, per quanto estremo, non può mettere i propri concorrenti di fronte a un reale pericolo di vita.

I concorrenti sperano dunque che si tratti di un semplice scherzo, di un’ulteriore prova, ma le speranze si affievoliscono quando realizzano di trovarsi su un’isola deserta *vera e propria* e non “in uno dei dozzinali set di Chris con i soliti attrezzi di *scena*” come afferma un’incredula Heather. Duncan suggerisce così che “non il caso di fare *melodrammi*”: non è certo questo il genere di cose che accade in un *reality*. Eppure, l’evoluzione in un dramma totale si completa proprio quando i naufraghi scoprono che l’isola deserta del naufragio è in realtà la stessa del set, e che le telecamere che credevano riprendere la loro avventura sono finte. In altre parole, i concorrenti realizzano che sono sempre stati dei naufraghi isolati dal resto del mondo, senza possibilità di mediazione con la realtà al di là di quella dello stesso reality.

La totale immanenza e drammaticità del reality era già stata progressivamente rivelata ai telespettatori - simulacri inesistenti o perlomeno insignificanti nell’economia dello show - nel corso degli episodi precedenti. In particolare, nell’episodio 22, viene mostrato come i concorrenti eliminati, una volta salpati a bordo della *barca del perdente* non facciano ritorno alla vita reale, ma vengano fatti approdare sulla *spiaggia dei perdenti*: un nuovo set per un *total reality show* che attraverso i suoi *spin-off* ha ormai integrato ogni aspetto della vita e della realtà di questi personaggi<sup>103</sup>.

Il progressivo sviluppo di questo *fictional reality* volge ad un epilogo molto particolare. Ogni stagione di *A tutto reality* ha infatti due finali alternativi. In Canada e negli Stati Uniti, la scelta del vincitore/vincitrice tra i/le due contendenti rimaste in gara sino all’ultimo episodio è affidata alla scelta delle spettatrici tramite

---

<sup>103</sup> Si tratta di un meccanismo che esiste anche in alcuni reality reali, in cui i concorrenti eliminati, in un modo o nell’altro, non escono mai dallo spazio sempre più stratificato dello show.

un sondaggio. Tuttavia, si tratta di una ricerca di contatto con il pubblico, di un feedback, che esprime tutta la propria strumentalità. Ciò che viene chiesto al pubblico è difatti l'attualizzazione di uno scenario potenziale già scritto. Difatti, la maggior parte dei fan, dopo aver espresso per la prima volta il proprio sostegno verso il proprio personaggio preferito ed esercitato effettivamente la propria funzione cooperativa – come in un reality reale – vuole comunque vedere l'altro finale, assistere alla soluzione della serie, al completamento del puzzle, in cui ogni tessera è necessaria. Così, ancora una volta, dietro la possibilità di interazione e produzione si alimenta il desiderio di un consumo feticistico.

## Intermezzo II: Estasi della comunicazione

### C. Comunicazione, significazione e informazione

Nella seconda parte di questo lavoro, abbiamo spostato l'analisi del feticismo sui media: nostri feticci contemporanei. In virtù delle loro capacità straordinarie, per certi versi miracolose, i media sono da sempre oggetti fascinosi, ammalianti, spesso perturbanti.

Come i feticci religiosi e le merci, essi sono capaci di *mediare* tra il soggetto e la realtà al di là di esso: da un lato costituiscono degli strumenti a disposizione del soggetto umano per estendere se stesso e il proprio dominio su una realtà oggettivabile e oggettivata; d'altra parte, abbiamo anche avuto modo di vedere come queste tecnologie della comunicazione operino delle amputazioni, assorbendo progressivamente la realtà e lo spazio sociale di soggettivazione all'interno del loro ambiente operativo, del loro ecosistema, sempre più esteso e autonomo.

Più si è cercato (e si continua a farlo) di offrire al soggetto un'esperienza diretta dell'oggetto e del reale attraverso la progressiva trasparenza del medium, più si è rilevato come questa contiguità tattile con l'oggetto, l'immediatezza della sua esperienza, sia un valore frutto di una logica di *rimediazione* – ovvero della relazione che il medium intrattiene con media e mediazioni precedenti e simultanee, in ambiente o circuito sempre più integrato. Così, la comunicazione tra soggetto e la propria realtà-oggetto è passata dall'essere una funzione dei media a costituirne invece lo spazio circolare lungo il quale origini e finalità dei media si sovrappongono.

Da un lato, le tecnologie medialità, per il progressivo credito dato al soggetto nell'esperienza, produzione e interpretazione del reale, si presentano come oggetti ideali di una teoria estetica della comunicazione; dall'altro lato, la loro pervasività e capacità modellizzante sottolinea come ogni processo di comunicazione (e la sua teoria) sia dipendente da una previa (teoria della) significazione/codificazione: da una teoria semiotica. Come afferma Eco (1975: 19) “la semiotica studia tutti i processi culturali come processi di comunicazione. E tuttavia ciascuno di tali processi sembra sussistere solo perché al di sotto di essi si stabilisce un sistema di significazione”.

Ciò ci spinge ad ipotizzare come l'estetica dei media e della comunicazione necessiti di essere riletta sotto una lente più strettamente semiotica, e che il piacere

di tutta un'attività di interpretazione e produzione soggettiva che i media apparentemente favoriscono sempre di più sia in realtà riducibile ad una "semplice" operazione di decodifica di segni oggettivati e feticizzati.

### *c.1. Interpretazione a valle*

Partiamo dallo specificare meglio cosa si intende per "codice", rifacendoci alla definizione che ne dà Eco (1975: 19) in quanto "sistema di significazione che accoppia entità presenti a entità esistenti. Ogni qual volta, sulla base di regole soggiacenti, qualcosa materialmente presente alla percezione del destinatario sta per qualcosa d'altro, si dà significazione".

Eco ci tiene a precisare come, "l'atto percettivo del destinatario e il suo comportamento interpretativo non sono condizioni necessarie della relazione di significazione: è sufficiente che il codice stabilisca una corrispondenza tra ciò che sta per e il suo correlato, corrispondenza valida per ogni destinatario possibile, anche se di fatto nessun destinatario esista o potrà mai esistere" (ibid.). Da ciò si deduce che, "un sistema di significazione è pertanto un costrutto semiotico autonomo che possiede modalità di esistenza del tutto astratte, indipendenti da ogni possibile atto di comunicazioni che le attualizzi" (ibid.). In altre parole, la funzione segnica stabilita dal codice conserva la propria autonomia rispetto alle proprie occorrenze concrete, attuali.

Tuttavia, si tratta di un'autonomia che risulta valida in linea teorica, ma che fa emergere i suoi stessi limiti pratici non appena si decide di analizzare sistemi di significazione complessi come quelli mediali, in cui l'interpretazione (e la produzione) di segni da parte della spettatrice-utente sembra essere parte integrante dell'esperienza e del senso dei media.

È necessario specificare che la separazione tra significazione e comunicazione non corrisponde ad una separazione tra semiotica strutturalista - che ha come capostipite Saussure - e semiotica interpretativa - che si rifà alla filosofia di Peirce. Anzi, è importante mettere in luce come la stessa teoria semiotica di Peirce (1933-35) si collochi all'interno di una teoria della significazione, e possa essere da spunto per rileggere la comunicazione mediale nei limiti di questa stessa teoria.

È lo stesso Eco (1975: 28) a precisare che, nella definizione di segno di Peirce come "qualcosa che sta per qualcuno al posto di qualcos'altro sotto certi aspetti o capacità", quel "qualcuno" che funge da destinatario e interpretante umano del segno, "è la garanzia metodologica (e non empirica) dell'esistenza della

significazione, vale a dire dell'esistenza di una funzione segnica stabilita da un codice" (ibid.). Dunque, il destinatario empirico e il suo atto interpretativo sono riducibili a delle configurazioni virtuali, strategiche, interne alla funzione segnica che precedono la loro attualizzazione concreta, ma già sufficienti all'attualizzazione del processo di significazione<sup>104</sup>.

Si tratta di argomenti sviluppati da Eco in alcuni testi successivi, in primis il *Lector in fabula* (1979), in cui l'autore parte proprio dalla teoria dell'interpretante in Peirce per portare avanti la sua nozione di Lettore Modello, intesa come strategia di interpretazione prevista generativamente dal testo narrativo al fine di una sua attualizzazione: "Postulare la cooperazione del lettore non vuol dire inquinare l'analisi strutturale con elementi extra-testuali. Il lettore come principio attivo dell'interpretazione è già parte del quadro generativo del testo stesso [...] questo lettore, sempre accanto, sempre addosso, sempre alle calcagna del testo, lo si colloca *nel* testo" (ivi: 7-*succ.*).

Se questa lettura sembra appropriata per quanto riguarda i testi narrativi verbali, in cui è più facile stabilire una distinzione tra Lettore Modello e lettore/lettrice empirico/a, pone invece alcuni problemi nell'analisi dei testi mediali. Come abbiamo già avuto modo di vedere, proprio per il loro carattere ambientale costitutivo, i contenuti mediali sono correlati a un piano dell'espressione sincretico, in cui lo spettatore, o meglio, l'utente dell'ambiente, non può rimanere una strategia astratta, ma diviene, nella sua concretezza, vera e propria sostanza significativa (cfr. Violi 2014)<sup>105</sup>. Si passa dalla *strategia* alla *tattica*.

Il senso del contenuto mediale non può dunque essere scisso dal senso dell'esperienza estetica complessiva dell'ambiente comune. Tuttavia, questo passaggio dal meccanismo della significazione ad una teoria estetica della comunicazione non vuol dire necessariamente un superamento delle soglie della (teoria della) significazione, ma ci spinge a ipotizzare il movimento contrario, ovvero quello di un esaurimento della complessità dell'esperienza estetica

---

<sup>104</sup> Si tratta di configurazioni che non solo permettono di leggere l'effetto e l'atto comunicativo in virtù delle sue cause e virtualità a livello della significazione, ma che, allo stesso tempo, costituiscono una garanzia, una condizione di possibilità della stessa significazione: "ogni sforzo di definire una forma significante senza investirla già di un senso è vano e illusorio, così che ogni formalismo assoluto altro che un contenutismo mascherato. Isolare delle strutture formali significa riconoscerle come pertinenti rispetto a un'ipotesi globale che si anticipa sul verso dell'opera; non c'è analisi di aspetti significanti pertinenti che non implichi già un'interpretazione e quindi un riempimento di senso" (Eco 1979: 7).

<sup>105</sup> Come vedremo ancora più approfonditamente nel capitolo 12, il significato di un luogo è infatti il risultato di un intreccio di determinate configurazioni materiali con una serie di pratiche e usi di queste stesse configurazioni.



comunicativa concreta, vissuta soggettivamente, in una esperienza già in partenza oggettivata e codificata.

Ciò a cui i media adempiono è un principio semiotico più generale, secondo cui, “esistono inferenze che debbono essere riconosciute come atti semiosici” (Eco 1975: 29). Un principio che Eco ricava da una lunga tradizione filosofica, da Hobbes a Peirce, che ha da sempre accostato significazione e inferenza, intesa come atto interpretativo e produttivo di senso. Un’identificazione tra significazione e inferenza che, specifica Eco, è possibile solo laddove quest’ultima sia già “culturalmente riconosciuta e sistematicamente codificata” (ivi: 30).

Eco porta avanti l’esempio di un sistema o, più propriamente, di un codice su cui è basata la gestione di una diga. Una volta che l’acqua nel bacino raggiunge un certo livello, emette un segnale di pericolo, alla quale un tecnico in una centrale a valle risponde con l’attivazione di una leva per lo svuotamento parziale del bacino e il ripristino di un livello dell’acqua consono alle norme (al codice) di sicurezza. L’autore ci spiega come la risposta comportamentale del tecnico (attivazione della leva) non è stimolata dal segnale, ma “è significata dal fatto che un dato stato dell’acqua è stato previamente significato [come pericolo].” (ivi: 82).

In questo caso, non solo ci troviamo di fronte ad un atto interpretativo già ampiamente previsto e codificato che si reimmette nel ciclo complessivo del sistema di significazione e gestione della diga, ma lo stesso atto costituisce una “significazione veicolata da una significazione precedente” (ibid.), ovvero una significazione espressa a sua volta dalla correlazione tra l’espressione /livello dell’acqua alto/ e il contenuto “pericolo”. L’atto del tecnico costituisce così una *connotazione*: un significato che attualizza e prende forma da una stratificazione di codici, in cui il contenuto della prima significazione (insieme alle unità espressive che lo veicolavano) diventa espressione di un contenuto ulteriore.

Eco ci tiene a sottolineare che la differenza tra denotazione e connotazione non coincide con la differenza tra significazione univoca, “referenziale”, e significazione vaga o ideologica, ma semplicemente è una distinzione basata sulla gerarchia, o più semplicemente, sull’ordine della catena di significazioni che si instaurano a partire da una stessa espressione significante; come affermato dall’autore (ivi: 83), “la stabilità [della significazione] concerne la forza della convenzione codificante, ma una volta che la convenzione è stata stabilita la connotazione diventa funzione stabile di una funzione segnica il cui funzione soggiacente è un’altra funzione segnica”.

L'ipotesi verso la quale vogliamo ulteriormente spingerci è che, più è estesa la catena di significazioni, maggiore può essere il rispetto della convenzione e dunque la stabilità della connotazione. Si pensi allo stesso tecnico, la cui azione sarebbe stata forse meno stabile, perlomeno priva di senso, qualora avesse costituito un significato denotativo, ovvero qualora fosse stata direttamente espressa e scaturita da un segnale di pericolo senza nessuna conoscenza di quale pericolo si trattasse<sup>106</sup>.

Il modello portato avanti da Eco si presenta come un complesso di codici che, a partire da una determinata espressione, possono dare luogo a diversi significati connotativi. Eco sottolinea anche come la scelta di quale funzione attivare, e dunque di quale connotazione privilegiare, “non riguarda una teoria dei codici ma piuttosto ciò che comunemente è detto pragmatica, e potrà piuttosto interessare una teoria della produzione (e interpretazione) segnica. Ciò che qui interessa è che un codice possa prevedere le condizioni per un complesso gioco di funzioni segniche” (ivi: 84). Ed è ciò che interessa anche a noi: cercare di capire come non solo una *serie* di scelte e atti interpretativi siano già orientati e previsti dal codice, ma che queste scelte aumentino la loro stabilità, ovvero il rispetto delle convenzioni prestabilite dal codice, man mano che se ne moltiplicano le possibilità<sup>107</sup>.

Per dimostrare questo, confrontiamo la catena delle connotazioni con un'altra nozione caratterizzata da un simile meccanismo di concatenazione: l'*interpretante*. Come visto in precedenza, l'interpretante è ciò che garantisce la validità del segno anche in assenza di un'interprete empirico, senza dunque che la funzione segnica necessiti qualcosa al di fuori di essa. L'interpretante è infatti definito da Peirce in diverse occorrenze e modi come *intensione del representamen*: si tratta in pratica di un'altra rappresentazione riferita allo stesso oggetto della significazione/interpretazione; nella parafrasi che ne fa Eco si legge che, “per stabilire il significato di un significante è necessario nominare il primo significante attraverso un altro significante, che a sua volta ha un altro significante che può essere interpretato da un altro significante e così via” (1975: 101).

Peirce aggiunge che “l'oggetto della rappresentazione non può essere altro che una rappresentazione di ciò di cui la prima rappresentazione è l'interpretante. Ma una infinita serie di rappresentazioni, ciascuna rappresentando quella che la precede, può essere concepita come avente un oggetto assoluto come proprio limite”. Lo stesso autore specifica che questo oggetto assoluto è a sua volta un

---

<sup>106</sup> Infondo, è lo stesso meccanismo che abbiamo visto caratterizzare la serialità complessa, nella quale l'attività interpretativa e produttiva dello spettatore spesso è limitata all'aggiunta di un elemento che attiva e riverbera la catena di elementi significanti attraverso cui si sviluppa la struttura e il senso complessivo della serie.

<sup>107</sup> Come avviene in maniera emblematica nel caso dei media.

interpretante, *finale*, definibile come un *abito* interpretativo, e dunque come un'interpretazione convenzionale, socialmente codificata (4.536; 5.473-492). Questo abito:

non è altro che la rappresentazione in sé, concepita come spogliata delle sue vesti meno rilevanti [...] così si ha una infinita regressione. Infine, l'interpretante non è altro che un'altra rappresentazione a cui la torcia della verità viene affidata: e come rappresentazione ha a sua volta il proprio interpretante. Ed ecco così un'altra serie infinita.

A tale proposito, Eco commenta che “l'interpretante potrebbe essere identificato con ogni proprietà intensionale di un contenuto dovutamente codificata, e dunque con l'intera serie (o sistema) delle denotazioni e connotazioni di un'espressione” (ivi: 103).

Invero, ciò ci porta a ribaltare, o perlomeno a superare, la gerarchia tra denotazione e connotazione, dal momento che il significato denotativo – che in virtù della sua stabilità è generalmente inteso come l'oggetto assoluto a cui il segno si *referisce* - può sostenere una serie di connotazioni supplementari solo in quanto a sua volta risultante, abito, di una lunga serie di connotazioni o catena di interpretanti.

## c.2. Il referente a monte

Abbiamo visto che qualsiasi abito (atto) interpretativo si presenta in fondo come un elemento immanente al sistema-processo della significazione. Ora analizzeremo come non solo la risposta dell'interprete/destinatario ma lo stesso mittente/fonte del messaggio venga integrato all'interno dello stesso meccanismo di significazione; in particolare, questo elemento/momento del processo è ascrivibile alla complessa questione del *riferimento*, a sua volta rileggibile attraverso una teoria dei codici.

Il *referente* può essere definito come lo stato del mondo che corrisponde al contenuto di una funzione segnica. Così come il tecnico a valle, anche l'acqua a monte, nonostante sia “stata la condizione necessaria per la progettazione del modello [di cui prima] essa non è affatto la condizione necessaria del suo funzionamento semiotico” (ivi: 88). Infatti, è sufficiente una manipolazione dello stesso codice affinché uno stato di acqua non realmente mutato possa attivare l'intera catena di significazioni che costituiscono il modello/sistema.

Così, quando Eco afferma che la teoria della significazione “deve studiare tutto ciò che può essere usato per mentire” (ivi: 89) non intende marcare la relazione con il mondo di riferimento, ma piuttosto l’autonomia da questo; difatti, come specificato dallo stesso autore (ibid.), “funzione segnica significa possibilità di significare qualcosa a cui non corrisponde alcuno stato reale dei fatti”.

Eco arriva a tali conclusioni riesaminando il rapporto tra *Sinn* e *Bedeutung* teorizzato da Frege (1892). Eco afferma che la *Bedeutung* venga generalmente male interpretata come l’oggetto reale al quale il segno si riferisce, mentre essa sta per la classe di tutti gli oggetti possibili, ovvero non un oggetto vero e proprio, esperibile sensibilmente, ma un’entità astratta legata ad una convenzione sociale.

Certo, questa affermazione potrebbe essere messa in crisi nel caso in cui l’oggetto di riferimento non sia riconducibile ad alcuna classe collettiva, ma si definisce proprio per la sua singolarità, come può essere per un personaggio storico, ma anche per un soggetto più comune e familiare, oppure per un luogo geografico. Tuttavia, è proprio in questo caso che il *Sinn*, inteso come un modo particolare di considerare questo referente preciso secondo altre convenzioni e codici culturali, rivela la natura altrettanto codificata e culturalizzata della *Bedeutung*:

Se si assume che la *Bedeutung* è uno stato del mondo, la cui verifica prova la validità del segno, ci si deve allora domandare come avvenga la percezione e la verifica di quello stato del mondo e come la sua esistenza sia definita e dimostrata [...] Si vedrà allora che, per sapere qualcosa circa la *Bedeutung*, occorre indicarla attraverso un’altra espressione, e così via [...] Così si colgono le *Bedeutung* attraverso la serie dei propri *Sinn* e a questo punto diventa alquanto imprudente presumere che vari *Sinn* possano essere riconosciuti come ascrivibili alla stessa *Bedeutung*, dal momento che la *Bedeutung* è definita dai propri *Sinn* e non viceversa (ivi: 91).

Si tratta di un meccanismo e di un discorso del tutto omologo a quello riguardante l’interpretazione che abbiamo analizzato nella sezione precedente attraverso le categorie di denotazione, connotazione e interpretante. In particolare, così come nel caso dell’interpretante finale o abito o nella denotazione, bisogna smarcare l’idea di *Bedeutung* da ogni ipotesi referenziale, esaltandone invece la natura astratta, in quanto classe di oggetti, *token*, intensione, contenuto. Eco aggiunge un altro termine a questa lunga lista, parlando di “unità culturali” proprio ad esaltare la natura socializzata, appunto culturale, di questi referenti codificati.

Questa dimensione culturale, che Eco formalizzerà più avanti attraverso la nozione di Enciclopedia (cfr. Eco 1979; 1984), rappresenta una sorta di terza via, tra l'ordine dell'oggettività e l'ordine di una sua rappresentazione, verso la quale confluiscono sia referenti "reali" che le loro rappresentazioni.

A nostro avviso, ciò è utile a superare le differenze tra una teoria dei codici e una teoria della comunicazione, dal momento che le virtualità espresse da un codice non si pongono più su un piano distinto rispetto alle attualizzazioni che ne vengono fatte in normali circostanze e contesti comunicativi, attraverso l'attività di interpretazione o di riferimento: "Nel quadro di una teoria dei codici non è necessario ricorrere alla nozione di estensione e nemmeno a quella di mondo possibile: i codici, in quanto accettati da una società, costruiscono un mondo culturale che non è né attuale né possibile [...] la sua esistenza è di ordine culturale" (ivi: 92).

Non bisogna però considerare la cultura come un ordine ontologico tra materia e rappresentazione, come qualcosa a metà strada tra le due, dalla consistenza indeterminata, dal momento che non si tratta di un'*ontologia*, ma di una *topologia*. Referenti e rappresentazione sono colti sotto forma di catene di interpretanti, in grado di ridistribuire attraverso grandezze semiotiche i rapporti tra gli elementi degli altri due ordini:

La significazione, per mezzo di spostamenti continui, che si riferiscono ad altri segni o ad altre catene di segni, circoscrivano le unità culturali in modo asintotico, senza mai arrivare a 'toccarle' direttamente ma rendendole di fatto accessibili attraverso altre unità culturali. Così una unità culturale non chiede mai di essere rimpiazzata da qualcosa che non sia una entità semiotica, senza peraltro richiedere di essere risolta in una entità platonica né in una realtà fisica. La semiosi si spiega da sola. (ivi: 104)

La catena infinita di interpretanti, ma anche la stratificazione delle connotazioni, con tutte le loro alternative e contraddizioni, non sono concepite in funzione di o in riferimento a uno stato reale delle cose, ma per la loro *ecosistematicità*, per la serie di rimandi e riferimenti interni attraverso cui si costituisce l'identità, il valore, il significato differenziale di ciascun elemento della serie, di ciascuna unità culturale<sup>108</sup>.

---

<sup>108</sup> A tale proposito, è interessante notare come Eco concepisce la nozione di "ideologia". Secondo l'autore, l'ideologia si costituirebbe a partire da un ritaglio di una porzione di enciclopedia che possa rivelarsi coerente lasciando fuori le proprie contraddizioni interne (cfr. Eco 1975: 359-*succ*). Dunque, così come in Baudrillard, l'ideologia non sta tanto nella falsità del segno rispetto alla realtà, ma piuttosto nel tentativo di nascondere dietro il senso univoco, positivo conferito a un segno, dietro al suo valore di verità, la riproduzione della propria forma relazionale.

Così, ciascuna unità culturale, proprio in quanto risultante di una regressione semiotica, nel significare qualcosa non fa che significare tutto questo processo, ovvero “l’intero campo semantico quale struttura che connette i segni tra loro [...] procedendo nello stesso modo noi arriveremo o dovremo arrivare alla fine a un Segno di se stesso, che contenga la propria spiegazione e quella delle sue parti significanti” (ivi: 102).<sup>109</sup> Si tratta di un’alternanza tra regressione e progressione all’infinito omologa a quella che, in più occorrenze e con termini differenti, abbiamo riscontrato nel feticismo, nel quale un elemento di una serie culturale si espande e allo stesso tempo condensa in sé tutte gli altri elementi della stessa serie.

Si potrebbe ipotizzare dunque una corrispondenza tra unità culturali e feticci, confermata dal fatto che, nonostante le unità culturali siano entità astratte, esse – al pari dei feticci - sono comunque “astrazioni materializzate” (ivi: 105). L’unità culturale simula un riferimento alla realtà esterna, quando la stessa realtà ne costituisce invero l’espressione materiale già interiorizzata, codificata; il reale passa dall’essere referente di un’unità culturale, al divenirne mero supporto, espressione.

Eppure, se l’unità culturale è un contenuto che rimanda alla propria espressione materiale, il feticcio è un’espressione materiale che non rimanda ad alcuna unità culturale. Il feticcio cortocircuita questa serie di correlazioni: esso è talmente oggettivato che non può mandare ad alcun significato simbolico, contenuto culturale, se non esclusivamente alla propria espressione materiale; in altre parole, il suo valore sta proprio nella materialità letterale della sua espressione: ed è questa chiusura in se stesso che lo rende feticcio.

È questo ciò che avviene oggi nella comunicazione mediale. Non c’è più correlazione, regolata da un codice, tra le unità differenziali di un sistema sintattico (espressione) e le unità culturali di un sistema semantico (contenuto): il medium è già il messaggio. Ciascun medium costituisce un’unità espressiva che rimanda esclusivamente alle altre unità dello stesso s-codice: un sistema ipermediale che costituisce oggi la nostra realtà e l’accesso immediato ad una sua esperienza. Alla luce di queste considerazioni, potremmo spingerci ancora oltre, affermando la necessità di reinterpretare la comunicazione non tanto attraverso una teoria dei codici, ma addirittura attraverso una teoria dell’informazione.

---

<sup>109</sup> Questo punto già affrontato nel *Trattato* attraverso la relazione tra messaggio e testo (ivi: 86-87), sarà approfondito successivamente da Eco (1979; 1984); l’autore dimostra come ogni unità culturale sia un testo virtuale e ciascun testo un’espansione di un semema (1979: 23-24); si tratta di un movimento potenzialmente espandibile all’intera Enciclopedia.

## D. Simulacri

Il passaggio da un'estetica della comunicazione a una teoria della significazione e dell'informazione è affermabile ripercorrendo e sintetizzando il lavoro teorico di Jean Baudrillard. Nella sua ricostruzione della successione degli ordini simulacrali (cfr. 1976; 1990)<sup>110</sup>, l'autore ci offre una serie di prospettive sullo statuto del *segno*, in quanto espressione del senso del mondo e della realtà, al variare della sua relazione costitutiva con questi.

Sin dall'inizio di questo lavoro, abbiamo visto come nei sistemi sociali moderni vengano continuamente create delle forme simboliche, dei sistemi di segni, attraverso i quali gli individui si mettono in relazione tra loro, sviluppando un senso di comunione. Progressivamente, l'ambiente comune di vita tende ad assumere forma e senso esclusivamente in funzione di questi sistemi di segni e a trasformarsi così nella rappresentazione di se stesso. Si tratta di un processo che subisce una forte accelerazione con il complementare sviluppo della tecnica, in grado di "raggiungere uno stadio di *mimesis*, in cui sostituisce al mondo reale un mondo costruito intellegibile" (Baudrillard 1968: 72) – un mondo oggettivato in termini di "un immenso sistema di segni totalmente equivalenti, in conseguenza del fatto che tali segni non hanno più connessione con la realtà concreta [...] copie di copie che si rinviano senza fine le une alle altre, copie delle quali non esistono più gli originali" (Codeluppi 2020: 46). Tale progressione o deriva può essere riletta proprio attraverso la ricostruzione della progressione degli ordini di simulacri così come avanzata da Baudrillard.

A premessa di questa ricostruzione è necessario sottolineare che il passaggio da uno statuto simulacrale all'altro non è riscontrabile in quanto successione cronologica tra momenti discreti e definiti, ma come una serie di tagli prospettici espositivi di una logica/dinamica, della quale ogni momento implica *già da sempre* il momento che lo precede e quello che segue. È questo presupposto metodologico ed epistemologico ciò che rende l'analisi più strettamente semiologica di Baudrillard diversa rispetto alla riflessione storica più mediologica portata avanti da McLuhan. Tuttavia, al netto delle discordanze, da questo confronto vogliamo rilevare i punti in comune, ovvero le fasi in cui i percorsi di segno e media si riallineano e incrociano nel loro rapporto costitutivo con la realtà, ossia nel rapporto con il principale oggetto di significazione e mediazione.

---

<sup>110</sup> Per una riesamina si veda anche Secondulfo 2007.

#### d.1. Come la natura: imitazione e produzione

Il primo stadio evidenziato da Baudrillard è quello della “contraffazione”, ovvero del segno in quanto rappresentazione del reale, sua duplicazione, copia e, potenzialmente, falsificazione. In questa fase, il simulacro corrisponde a quell’oggetto che Eco ritiene specificatamente semiotico proprio perché può essere usato per mentire. Al pari di Eco, Baudrillard però ritiene che relegare il valore del simulacro di primo ordine al confronto con la realtà sia riduttivo e mistificatore.

Il simulacro di primo ordine si esplica a partire dal Rinascimento, ma deriva da uno stadio antecedente, una sorta di grado zero del segno. Nelle società di tipo feudale, o più in generale nelle società basate sulla divisione in *caste*, i segni sono limitati e rigidamente determinati; essi sono assegnati incontrovertibilmente al fine di indicare e sancire l’appartenenza naturale ad uno specifico gruppo sociale. L’obbligazione reciproca che si instaura tra questi gruppi consiste nell’impossibilità di uno scambio tra i rispettivi segni e dunque nell’impossibilità di mobilità sociale dei rispettivi membri.

Con la nascita della borghesia, e dunque con lo sviluppo di un modello di società basato sulla distinzione per *classe*, i segni si emancipano dal proprio obbligo, per sottomettersi ad un codice arbitrario, una sorta legge mercantile, che ne regola lo scambio e il valore reciproco. La possibilità di essere scambiato secondo un equivalente generale con tutti gli altri segni è ciò che permette al segno di muoversi continuamente da un significato sociale all’altro, da una classe all’altra. Questa disponibilità universale del segno, sgravato da qualsiasi vincolo nella sua interscambiabilità generale, consiste in una contraffazione del segno obbligato, proprio perché comporta “l’estensione d’un materiale di cui tutta la chiarezza derivava dalla restrizione che lo colpiva” (Baudrillard 1976: 62).

Eppure, è lo stesso Baudrillard a mettere in evidenza come “il segno moderno sogna il segno precedente e vorrebbe, con la sua referenza al reale, ritrovare una *obbligazione*: non ritrova che una *ragione*: questa ragione referenziale, questo reale, questo ‘naturale’ di cui esso vive” (ibid.). In altre parole, pur nella sua autonomia dal reale, il segno contraffatto mantiene, o meglio, simula il legame con questa, integrandola nella propria struttura in qualità di alibi referenziale.

La realtà diviene uno sfondo su cui si staglia il segno, un termine di equivalenza con il quale il segno si scambia. In questo modo, risulta evidente come segno e realtà si determinino reciprocamente nella loro relazione/separazione, e come quell’obbligo verso la realtà che caratterizzava intrinsecamente il segno



arcaico si traduca in termini di oggettivazione della stessa realtà come significato (equivalente) del segno moderno.

Il segno trova così il suo valore (di scambio), il suo referente nella natura, mantenendo quindi la memoria del suo statuto precedente, ma avendo già in nuce lo stadio successivo. La questione della natura è parte dell'ideologia borghese a partire dal Rinascimento: una ricerca ossessiva che la borghesia conduce attraverso una serie di *media*, dal linguaggio allo specchio, dalla rappresentazione prospettica sino al capitale; secondo Baudrillard, attraverso tutti questi *media*, “la mira prometeica borghese s'è riversata nell'*imitazione della natura*, prima di lanciarsi nella *produzione*” (ivi: 63).

In particolare, in questa fase storica si è iniziato a porre l'obiettivo di guardare alla natura e alla realtà per poterla poi controllare e modificare: “il mondo reale comincia a esistere, in epoca moderna, con la decisione di trasformarlo cosa che avviene attraverso la scienza, lo sguardo analitico sul mondo e il dispiegamento della tecnologia” il che, come commenta Codeluppi (2020: 48), “ha permesso alla modernità di considerare il mondo come qualcosa che esiste di fronte a chi guarda, ma anche di cominciare a coltivare il sogno di poterla dominare.

Come sempre l'arte si mostra un campo esemplare: oltre la prospettiva, è un altro dispositivo tecno-estetico a servire l'obiettivo borghese di imitazione e, al contempo, di trasformazione e produzione del reale. Si tratta dello stucco, un materiale già in voga nell'arte rinascimentale e che trova il massimo splendore nel periodo barocco. In virtù della propria materia modellabile e capacità modellizzante, lo stucco diviene equivalente generale di tutte le materie e le sostanze della natura con il quale può scambiarsi (imitazione) e, al contempo, a sua volta modello per la *produzione* del mondo - proprio come se fosse natura, *physis*.  
Lo stucco,

[...] esorcizza l'inverosimile confusione delle materie in una sola sostanza, specie di equivalente generale di tutte le altre, e propizia di tutti i prestigî teatrali perché essa stessa sostanza rappresentativa, specchio di tutte le altre [...] una sostanza sintetica [...] tutta la tecnica, tutta la tecnocrazia, sono già presenti: la presunzione di una contraffazione ideale del mondo, che si esprime nell'invenzione d'una sostanza universale, e d'una combinatoria universale delle sostanze. (Baudrillard 1976: 64).

È proprio in quanto sostanza *sintetica e inorganica* che lo stucco acquisisce il proprio *sex-appeal*<sup>111</sup>, il proprio fascino feticistico. Lo stucco è capace di imitare la natura, divenendone equivalente, ma dissociandosene dal ciclo. Per via di questa cesura, ogni produzione con lo stucco risulta così in una riproduzione del proprio modello, che accresce la propria sistematicità, coerenza interna e chiusura riflessiva:

Tutto questo precede la razionalità produttivistica del capitale, ma testimonia già – non nella produzione, ma nella contraffazione – del medesimo progetto di controllo e di egemonia universali, d’uno schema sociale in cui interviene già a fondo la coerenza interna di un sistema. (ibid.)

#### d.2. Ri-produzione in serie

Per esemplificare ulteriormente la sovrapposibilità di questi cambi di ordini simulacrali, Baudrillard porta avanti il confronto tra l’*automa* e il *robot*. Il primo si presenta ancora come un doppio dell’essere umano, come una sua imitazione e contraffazione, una sorta di specchio attraverso cui si definiscono le reciproche identità. Il principio di funzionalità tecnica e meccanica dell’automa è totalmente subordinato all’analogia con l’essere umano e all’effetto in quanto suo simulacro.

È proprio questa funzione referenziale dell’automa ciò che ne ribadisce la differenza con il referente umano. Se infatti si raggiungesse una completa identità tra essere umano e automa, “fino a rasentare l’angoscia che ci sarebbe ad accorgersi che non c’è nessuna differenza [...]” (ivi: 65), sarebbe l’essenza umana a divenire riflesso del principio meccanico dell’automa: sarebbe “finita per l’anima, a vantaggio d’un corpo idealmente naturalizzato. Sacrilegio. Questa differenza è quindi sempre mantenuta” (ibid.).

Al contrario, l’identità del robot non sta nella referenza all’umano, ma proprio nel suo principio tecnico, nella sua efficacia meccanica. Come spiegato da Baudrillard (ibid.) “il simulacro di secondo ordine semplifica il problema assorbendo le apparenze, o liquidando il reale, come si vorrà – erige in ogni caso una realtà senza immagine, senza specchio, senza apparenza [...] logica immanente del principio operativo”.

L’essere umano, abituato a rispecchiarsi nell’automa, ne scorge al di là dell’apparenza quell’infima differenza metafisica ed essenziale che determina la

---

<sup>111</sup> A tale riguardo, si veda Perniola (1994).

loro identità reciproca. Al contrario, proprio in virtù della loro apparente differenza, l'essere umano può confrontarsi con il robot ponendosi sullo stesso piano del principio operativo e riproduttivo: "l'essere e l'apparenza si sono fusi in unica sostanza di produzione e di lavoro [...] a partire da questo, i robot e le macchine possono proliferare, è anzi la loro legge [...] gli uomini stessi non hanno cominciato a proliferare che quando hanno assunto lo statuto di macchine, con la rivoluzione industriale" (ivi: 66). Siamo di fronte così all'avanzata dei simulacri di secondo ordine, dei simulacri della produzione, della *serie*: "tra di essi, la relazione non è più quella tra un originale e la sua contraffazione, né analogia né riflesso, ma l'equivalenza, l'indifferenza" (ibid.).

È proprio questo "processo di riassorbimento di qualsiasi essere originale e d'introduzione di una serie di esseri identici" ciò che al contempo caratterizza la stadio della produzione e ne implica la sussunzione sotto il principio di riproduzione. Come sostenuto da Baudrillard (ivi: 67-68), "la riproduzione assorbe il processo produttivo [...] la produzione non ha senso: la sua finalità sociale si perde nella serialità [...] la possibilità stessa della produzione va cercata nella genesi del codice e dei simulacri".

È in questo modo che si può rilevare anche nel dominio della produzione materiale in serie quella funzione riproduttiva che solitamente era assunta solamente dalla sfera ideologica del segno. A tale proposito, Baudrillard (ivi: 66) invita a "chiedersi se la produzione non interviene, nell'ordine dei segni, come una fase particolare – se essa non è in fondo che un episodio nella discendenza dei simulacri: quello, precisamente, di produrre, grazie alla tecnica, degli esseri (degli oggetti/segno) potenzialmente identici in serie indefinite" (ivi.: 66). Insomma, si tratta di concepire la riproduzione come quell'*effetto a priori*, quella "finalità anteriore" nelle parole di Baudrillard (ivi: 68) che caratterizza già intrinsecamente il primo e il secondo ordine di simulacri, per poi rivelarsi nei simulacri del terzo ordine.

In questo stadio, la logica del segno può essere omologata al quella del medium. Infatti, è questo lo stadio in cui Baudrillard condivide con McLuhan e Benjamin la prospettiva che vede nei media non tanto una forza produttiva, ma una logica riproduttiva e, in particolare, nella serie una "forma e principio di tutta una nuova generazione del senso. Il solo fatto che una cosa *qualsiasi* possa essere semplicemente riprodotta, tale e quale, in duplice esemplare, è già una rivoluzione [...] la produzione non ha senso, la sua finalità sociale si perde nella *serialità*" (ivi: 67).

In questo prevalere della forma seriale di riproduzione sulla specificità del contenuto e del messaggio, si esplicita il modo in cui Baudrillard traduce McLuhan per poi distanziarsene. In McLuhan, la centralità e la riflessività della forma mediale rispetto al proprio contenuto ribadiva la materialità di questa stessa forma in quanto estensione e narcotizzazione delle facoltà estetiche dell'essere umano. Per Baudrillard, invece, l'assorbimento del contenuto e del referente materiale lungo la forma mediale esalta quest'ultima in quanto logica astratta, codice, matrice o modello di una serie riflessiva di elementi differenziali attraverso cui il sociale si riproduce e feticizza:

È questo che caratterizza i mezzi di comunicazione di massa: non si tratta di insiemi di tecniche per la diffusione di messaggi, ma dell'impostazione di modelli. Occorre a questo punto rivedere la formula di McLuhan: l'espressione *Medium is Message* compie un trasferimento di senso sul mezzo stesso in quanto struttura tecnologica. Siamo ancora nell'ambito dell'idealismo tecnologico. 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. (Baudrillard 1972: 171).

### d.3. Rivoluzione strutturale

Se nel passaggio dalla logica della contraffazione alla produzione è possibile registrare il passaggio dai simulacri di primo ordine a quelli di secondo, l'orizzonte comune della riproduzione sistemica anticipa logicamente il terzo ordine di simulacri: "e qui si tratta di un capovolgimento d'origine e di finalità, perché tutte le forme cambiano a partire dal momento in cui non sono più meccanicamente riprodotte, ma concepite a partire dalla loro stessa riproducibilità, diffrazione a partire da un nocciolo centrale chiamato modello" (Baudrillard 1976: 67-68).

I segni non si strutturano più secondo un principio di imitazione o equivalenza con il reale, un codice che ne regola lo scambio, ma come opposizioni distintive, secondo uno stesso modello generale di riproducibilità che ne regola la commutazione.

Questo scarto, a partire dal quale si afferma l'avanzata dei simulacri di terzo ordine, può essere compresa analizzando a fondo la struttura interna del segno e, in particolare, la relazione tra le strutture (s-codici) da cui derivano i furtivi della funzione segnica. Il ragionamento può essere fatto risalire alla distinzione tra le due

componenti del valore individuate già da Saussure, e alla deriva, o più propriamente, alla *rivoluzione strutturale*, che si pone come esito della loro relazione reciproca.

Tramite un paragone con il denaro, Saussure individua due logiche, o *dimensioni*, attraverso cui viene determinato il valore e regolato lo scambio *dei e tra* segni. Prendiamo ad esempio il significante /sedia/, e una moneta dal valore di /2 euro/; esse sono scambiabili:

1. con la realtà che il segno designa: l'unità culturale "sedia", oppure, nel caso dei /2 euro/, con una determinata merce, ad esempio un "kilo di mele", dal momento che si stabilisce, tramite un codice, un'equivalenza (una funzione segnica) tra i rispettivi valori - Saussure parla in questo caso di dimensione funzionale del linguaggio (paragonabile ad una dimensione del valore d'uso per quanto riguarda l'economia politica);
2. con gli altri significanti linguistici o con gli altri valori monetari dello stesso sistema sintattico e significante: lo stesso significante /sedia/ ha valore in quanto si differenzia dal significante /tavolo/, oppure, la stessa moneta da /2 euro/ assume quel valore solo relativamente ad un'altra unità dello stesso sistema monetario, ad esempio una banconota da /5 euro/ - Saussure definisce questa scambiabilità e valorizzazione interna tra i termini di uno stesso sistema come dimensione strutturale del linguaggio (dimensione del valore di scambio).

Sia per Saussure che per Marx, entrambi i sistemi (linguistico e monetario) funzionano sotto regime della legge mercantile dello scambio, ovvero si riproducono attraverso l'articolazione delle rispettive due componenti; in particolare è la designazione (*parole* e valore d'uso), ad apparire come finalità dell'operazione strutturale (*langue* e valore di scambio). Eppure, "è a quest'ultimo aspetto [strutturale] che egli [Saussure] riserva sempre più il termine di *valore*" (Baudrillard 1990: 17) – così come Marx usava lo stesso termine generale per indicare nello specifico il valore di scambio. È questo il segno di una rivoluzione che porrà fine all'economia politica (del segno) e alla legge mercantile del valore:

La dimensione strutturale si autonomizza a esclusione della dimensione referenziale, si istituisce sulla morte di quest'ultima. Finiti i referenziali di produzione, di significazione, d'affetto, di sostanza, di storia, tutta questa equivalenza a contenuti 'reali' che zavorrano ancora il segno di una specie di carico utile, di gravità: la sua

forma d'equivalente rappresentativo. È l'altro stadio del valore che la spazza via, quella della relatività totale, della commutazione generale, combinatoria e simulazione. Simulazione, nel senso che tutti i segni si scambiano tra di loro senza scambiarsi più con qualcosa di reale [...] Emancipazione del segno: svincolato da quell'esigenza 'arcaica' che aveva di designare qualcosa, esso diventa infine libero per un gioco strutturale, o combinatorio, secondo una indifferenza e una indeterminazione totale, che succede alla precedente regola di equivalenza determinata (Baudrillard 1976: 17-*succ*)<sup>112</sup>

La rivoluzione strutturale è ciò che permette il completamento dell'omologia e della commutabilità tra tutti i domini, proprio perché accomunati da uno stesso modello di riproduzione al di là degli specifici contenuti e referenti. Nella crescente autonomia dei termini del sistema significante dal corrispettivo sistema dei significati/referenti, "il circuito integrato si chiude su se stesso, assicurando in qualche modo la cancellazione automatica del mondo" (1995: 47).

Tuttavia, come specifica lo stesso Baudrillard nella sua indagine su questo *delitto* (quasi) *perfetto*, "non ci si sbarazzerà facilmente del cadavere della realtà" (ivi: 49): esso costituisce un materiale residuo, di scarto, da dovere essere in qualche modo raffinato e riorganizzato attraverso il segno. A dire il vero, la rivoluzione strutturale non può prescindere da una forzatura della dimensione funzionale del valore, e in particolare del lavoro di riferimento alla realtà da parte del significato.

La realtà è difatti assorbita nella sua struttura significante attraverso l'inganno del significato, che ci restituisce un mondo a *sensu unico*, impedendoci di coglierne e rimodularne l'indeterminatezza costitutiva e di attivarne il circolo virtuoso tramite il lavoro di riferimento (cfr. Intermezzo II). La realtà viene così ridotta ad alibi referenziale del segno, prova della sua validità e del suo valore scientifico, che si costituisce proprio nella sua *equivalenza* con il mondo. L'iperrealtà o la simulazione consiste proprio in questa *indifferenza* tra realtà e il proprio segno, la prima come significato del secondo:

---

<sup>112</sup> Si tratta della medesima operazione che caratterizza la merce e soprattutto il lavoro in quanto merce (si veda 4.2.), che non trova più alcuna finalità esterna nei contenuti di produzione, e della perversione di questa forma in un codice di riproduzione del sociale in quanto sistema di ruoli e differenze. Così come nel caso del lavoro, della produzione, qualsiasi dominio privato della propria determinazione referenziale diventa omologo agli altri. In questo modo è lo scambio tra i contenuti/referenti (significati e valori d'uso) di tutti i domini tra di loro - scambiabili perché non più singolarmente o specificatamente determinati dalla propria referenza, ma regolati dallo stesso codice di valorizzazione (omologia tra forma merce e forma segno) - ad essere finalizzato alla riproduzione delle loro strutture significanti (catena dei significanti e valore di scambio).

La retorica del reale segnala che lo statuto di quest'ultimo è già gravemente alterato (l'età d'oro è quella dell'innocenza del linguaggio, dove esso non deve raddoppiare ciò che dice con un effetto di realtà) [...] L'iperreale rappresenta una fase ben più avanzata, nella misura in cui anche questa contraddizione del reale e dell'immaginario vi è cancellata (ibid.)

In questo modo, il segno non può più propriamente significare il mondo, "L'immagine non può più immaginare il reale, poiché coincide con esso [...] è come se le cose avessero inghiottito il loro specchio e fossero divenute trasparenti a se stesse [...] (Baudrillard 1996: 8). Prosegue Baudrillard, "il problema della verità o della realtà di questo mondo l'abbiamo risolto con la simulazione tecnica, e con la profusione tecnica di immagini in cui non c'è niente da vedere" (ivi: 9). Siamo difatti ossessionati dall'idea di riprodurre la realtà, di raffinarne l'indeterminatezza e il senso, "di fare il vuoto intorno al reale, di estirpare tutta la psicologia, tutta la soggettività, per restituirlo alla pura oggettività" (Baudrillard 1976: 85). Questa è la tendenza della nostra impresa di oggettivazione del reale e del suo feticismo che "si esprime nello scaltro genio dell'oggetto [...] nella forma estatica dell'oggetto puro" (1983: 9) con il quale non si può intrattenere alcuno scambio significativo:

La simulazione è precisamente questa gigantesca impresa di disillusione – letteralmente: di messa a morte dell'illusione del mondo a beneficio di un mondo assolutamente reale [...] E non c'è crisi della realtà, proprio al contrario: ci sarà sempre più realtà poiché prodotta e riprodotta mediante la simulazione (Baudrillard 1995: 21)

È proprio nel momento in cui la realtà si espone completamente in quanto significato/referente del proprio segno, che quest'ultimo si chiude in se stesso, esibendo la propria purezza e, al contempo, il proprio carattere differenziale, smettendo di rivelare il mondo per ri-rivelare il proprio principio di riproduzione. Come afferma Baudrillard (1976: 85), "per uscire dalla crisi della rappresentazione bisogna imprigionare il reale nella pura ripetizione [...] il reale è non soltanto ciò che può essere riprodotto, ma ciò che è sempre già riprodotto".

Infatti, è bene ricordare che, analogamente alla forma merce, nella forma segno, il significato (valore d'uso) si pone in una posizione ancillare, a coronamento della logica strutturale propria del significante (valore di scambio). Il significato (così come il valore d'uso) si struttura secondo la stessa logica relazionale del significante (del valore di scambio); ciò implica che l'identità di ciascun significato si costituisca per differenza, nella relazione con gli elementi

della propria serie e che la stessa *identità* dei/tra i referenti si stabilisca in virtù dell'essere concepiti e strutturati secondo questo principio di riproduzione seriale.

Ed è per questo stesso motivo che al abbiamo parlato di feticismo del valore d'uso, e ora più in generale di feticismo del significato e del referente. Il feticismo verso un qualsiasi oggetto non è solo la contemplazione del suo carattere differenziale, della forma seriale astratta che lo identifica in quanto elemento relazionale - il cosiddetto *feticismo del significante* (Baudrillard 1972). È necessario comprendere nello stesso meccanismo feticistico anche la complementare fascinazione verso la concretezza tattile dell'oggetto puro, il quale “non vuole essere più propriamente guardato, ma vuole solo essere visualmente assorbito e circolare senza lasciare tracce” (Baudrillard 1995: 9). Con Baudrillard, è necessario dunque avanzare “l'ipotesi che vi sia, in tutta questa attività di trasformazione del reale in informazione pura, di clonazione del reale attraverso la realtà virtuale, una sorta di feticismo radicale [...] Con lo stesso effetto di fusione che si ha nella relazione con un oggetto feticcio” (Baudrillard 2005: 11)<sup>113</sup>.

Il passaggio dai simulacri di secondo ordine a quelli di terzo ordine per certi un passaggio corrisponde a quello dai media meccanici ai media elettronici e digitali che caratterizzano la nostra condizione contemporanea. È per questo motivo che per un'analisi accurata sarebbe opportuno adottare una prospettiva non strettamente *sistemica*, bidimensionale, ma ambientale, *eco-sistemica*. Non vi è nessuna separazione né mediazione tra piani, nessun rapporto metaforico o in generale di rappresentazione tra realtà e segno, tra soggetto e oggetto, ma una contiguità tattile all'interno dello stesso ambiente operativo, mediale, iperreale.

È proprio per questi motivi che, a differenza dello stadio della serie, nello stadio iperreale del segno non si verifica “soltanto un'implosione del messaggio nel *medium*, ma anche, nello stesso movimento, un'implosione del *medium* e del reale, dentro una sorta di nebulosa iperreale, dove anche la definizione e l'azione

---

<sup>113</sup> A tale proposito, Baudrillard afferma che, “Non siamo più alienati né spossessati: siamo in possesso di tutta l'informazione. Non siamo più spettatori, ma attori della nostra performance, e sempre più integrati nel suo svolgimento [...] questo reality show perpetuo ha un suo antenato: è il ready made. Così come sono, coloro che vengono prelevati dalla loro vita reale, per andare a recitare il loro psicodramma alla televisione [...] hanno per antenato il portabottiglie di Duchamp, che costui preleva allo stesso modo dal mondo reale per conferirgli altrove, in un ambito che si suole ancora definire arte, un'iperrealtà [...] è così che ciascuno è invitato a presentarsi tale e quale, e a recitare la sua vita in diretta sullo schermo, come il ready made recita la sua parte tale e quale, in diretta, sullo schermo del museo. (ivi: 33). Seppur ci avviciniamo infinitamente alla superficie dello schermo e alla nostra immagine su questo, tuttavia “quest'immagine dista sempre anni-luce” (Baudrillard 1990: 63). Essa è situata in una dimensione che non corrisponde, nel senso di rimandare, più a quella del *reale*, ma che, proprio in virtù di un tentativo di ancoraggio ossessivo alla realtà, si sovrappone totalmente a questa lungo lo schermo.



differenziata del medium non sono più reperibili” (Baudrillard 1979b: 109). Qui il pensiero di Baudrillard sembra riallinearsi con quello di McLuhan per poi deviare nuovamente: dalla galassia Gutenberg, si passa appunto alla “nebulosa iperreale”, che però non è tanto frutto del passaggio dalla stampa a una nuova generazione di media, a nuove specificità, ma più che altro ad una indifferenziazione tra tutti i media tra loro.

Per McLuhan il fatto che ciascun medium diventi contenuto di quello successivo rappresenta un passaggio che avviene più che altro diacronicamente, portando di volta in volta all'emersione di nuove configurazioni del sensorio; inoltre, questa successione è concepita in termini di un'evoluzione positiva: progressivo superamento delle differenze tra i vari linguaggi medialità nella loro traduzione nel/attraverso il linguaggio informatico dei nuovi media digitali:

Language as technology of human extension, whose powers of division and separation we know so well, may have been the ‘Tower of Babel’ by which men sought to scale the highest heavens. Today, computers hold out the promise of a means of instant translation of any code or language into any other code or language. The computer, in short, promises by technology a Pentecostal condition of universal understanding and unity. (McLuhan 1964: 80).

Al contrario, per Baudrillard, la digitalizzazione e l'informatizzazione del reale è una condizione non tanto legata allo specifico linguaggio dei nuovi media digitali, in opposizione ai precedenti linguaggi medialità, alla *messa a sistema* (nel senso matematico dell'operazione) dei diversi linguaggi medialità, ovvero nella formazione di *medium plurale* – ciò che lo differisce dalla *singolarità* di ciascun linguaggio (cfr. Baudrillard 1995: 95-96). Così, il passaggio da un medium all'altro, la rimediazione, si esplica più che altro spazialmente e sincronicamente, comportando la progressiva saturazione e feticizzazione del mondo:

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 (Baudrillard 1970: 124)

#### d.4. Involuzione virale: verso la catastrofe

La rivoluzione strutturale, piuttosto che determinare la reciproca liberazione di reale e segno, ha comportato il riassorbimento dell'uno nell'altro, nello stadio della simulazione o dell'iperreale. La sfida tra segno/media e reale, profilata nello stadio dell'iperrealtà, è così orientata al: "riassorbirsi [del mondo] nell'informazione crescente che finirà col risolversi nell'informazione assoluta: equazione del mondo con il mondo" (1995: 13).

È proprio quando questa equazione sembra risolversi che il sistema si trova ad affrontare una sfida lanciategli dal proprio interno: "le cose hanno trovato un modo per sottrarsi alla dialettica del senso, che le tediava: quello di proliferare all'infinito, di potenziarsi, di passare il limite della loro essenza, in una crescita fino agli estremi, in un'oscenità che per esse sta ormai in luogo di una di una finalità immanente" (1983: 9). La logica del sistema non è dunque dialettica, votata all'equilibrio e alla sintesi, ma all'eccesso. Ciascun elemento dell'iperreale e della simulazione si emancipa dal proprio modello di significazione che lo condannava alla relazione con gli altri termini della stessa serie, in un'involuzione che corrisponde di fatto ad una sua *s-terminazione*:

A ogni carattere in tal modo elevato alla potenza superlativa, preso in una spirale di raddoppiamento – il più vero del vero, il più bello del bello, il più reale del reale – è assicurato un effetto di vertigine indipendente da ogni contenuto o da ogni qualità propria e che oggi tende a diventare la nostra passione esclusiva. Passione del raddoppiamento, della scalata, della crescita in potenza, dell'*estasi* – di qualunque qualità si tratti purché, cessando di essere relativa al suo contrario [...] diventi superlativa, positivamente sublime in quanto ha come assorbito l'energia del suo contrario. (ivi: 11)

Già a partire da *Le strategie fatali* (1983), ma in maniera più strutturata nel suggestivo *La trasparenza del male* (1990), Baudrillard formalizza questo nuovo e ultimo stadio simulacrale. L'autore afferma che, a seguito della rivoluzione strutturale, che ha segnato l'interscambiabilità e la promiscuità (*l'orgia*) tra tutti i domini, si apre una fase in cui ciascun elemento di ciascun dominio, avendo assorbito in sé la determinazione del proprio senso e referente, è votato all'indeterminazione più assoluta.

*Commutazione incessante, trasparenza, estenuazione e sterminio, epidemia, proliferazione cancerosa, metastasi, autovirulenza febbricitante, estasi, irradiazione*, sono una serie di espressioni utilizzate da Baudrillard (1990: 10-11)

per descrivere il quarto stadio simulacrale: *lo stadio frattale del valore*, in cui il valore irradia in tutte le direzioni, in tutti gli interstizi, senza riferimento ad alcunché, per pura contiguità.

A questo stadio, non c'è più equivalenza naturale, né generale, né legge strutturale del valore, ma un'involuzione del valore e del senso. La logica principale del segno, ovvero quella del rimando e della *metafora* svanisce nell'omologazione e commistione di tutti i campi tra loro, lasciando il posto alle figure della *metonimia*, sulla base della quale ciascun elemento riproduce in sé la logica operativa di tutto il sistema, e della *metalepsi*, per cui ogni effetto non succede più alcuna causa.

Ogni dominio e ogni elemento si trova in una situazione di inerzia accelerata, come “qualcosa che non riesce più a superarsi e che ruota su se stessa in un ricorrere sempre più rapido [...] dove c'è stasi c'è metastasi” (ivi: 22). Come affermato da Baudrillard (1995: 53), “non possiamo più bloccare i processi, i quali si svolgono ormai senza di noi, al di là della realtà per così dire, in una speculazione senza fine, in un'accelerazione esponenziale [...] in un'indifferenza esponenziale”. Ciascun dominio, nella sua circolazione orbitale, sembra così del tutto sganciarsi non solo dalla realtà come suo riferimento, ma dal soggetto, mettendone ulteriormente in crisi il senso dell'esperienza, il valore dell'agency, e della sua stessa identità in quanto soggetto.

Partiamo dall'arte, che già a partire dalla sua riproducibilità tecnica ha svelato la propria impotenza creativa, con la progressiva delega alla tecnica accelera il processo verso un'estetizzazione generale della realtà. L'arte diviene espressione di qualcosa più bello del bello; qualcosa che va al di là della dialettica tra bello e brutto, e della stessa arte che si poneva a discrimine di queste categorie. L'estetica diviene moda e “la seduzione che essa esercita è indipendente da ogni giudizio di valore [...] se c'è un segreto della moda è questa immoralità, questa sovranità dei modelli effimeri, questa passione fragile e totale che esclude ogni sentimento” (Baudrillard 1983: 10).

Di fatto non vi è affatto seduzione, né segreto, dal momento che ogni cosa è sottoposta ai riflettori di una pubblicità incessante, divenendo più visibile del visibile, oscena, totalmente esperibile, estetizzandosi, “acquistando forza, o maniera, di segno” (Baudrillard 1990: 23). Si tratta appunto di un'immagine manieristica, nella quale la capacità poetica e immaginativa della tecnica e dell'arte si chiude riflessivamente e autoreferenzialmente su se stessa:

Come i barocchi, noi siamo sfrenati creatori di immagini, ma segretamente siamo degli iconoclasti. Non già di quelli che distruggono le immagini, ma di quelli che fabbricano una profusione di immagini dove non c'è nulla da vedere [...] queste immagini non nascondono nulla e nulla rivelano. Hanno un'intensità in qualche modo negativa. (ivi: 24)

La stessa pubblicità oggi si presenta come un modello di proliferazione di immagini estetiche e di slogan che non hanno più alcun riferimento ad un prodotto - non ne simulano nemmeno più il rimando. Secondo Baudrillard (1970: 174), da sempre la pubblicità “mentre parla di un oggetto li glorifica tutti, almeno virtualmente, mentre parla di quell'oggetto o di quella marca essa parla in effetti della totalità di quegli oggetti e di un universo totalizzato mediante gli oggetti e le marche” (Baudrillard 1970: 174). Tuttavia, oggi, la pubblicità è soggetta ad un'ulteriore involuzione. I valori-segno che essa porta avanti non solo non sono più funzionali allo scambio della merce, ma non costituiscono più nemmeno materiale di scambio feticizzato, attraverso cui il consumatore può riflettersi e distinguersi socialmente.

La pubblicità diventa apologia di se stessa, in quanto genere autonomo<sup>114</sup>. “estasiato: tale è l'oggetto nella pubblicità, e il consumatore nella contemplazione pubblicitaria – il girare su stessi del valore d'uso, del valore di scambio e del valore segno, fino all'annullamento nella forma pura e vuota della marca” (Baudrillard 2007: 12). Essa dunque “non è più lo scenario barocco, utopico, estatico del sistema degli oggetti e del consumo, ma l'effetto della visibilità onnipresente delle imprese, delle marche, degli interlocutori sociali, delle virtù sociali della comunicazione” (Baudrillard 1987: 13).

È proprio attraverso questa riflessione su se stessa, in questa sua estasi, che la pubblicità entra in contatto con il consumatore, non per determinarne l'identità soggettiva o sociale, ma catturandolo e integrandolo – in maniera altrettanto feticistica - all'interno dell'ambiente totale della comunicazione e del consumo, che è divenuto il medium della nostra esperienza quotidiana oggi. Come analizzato da Codeluppi (2020: 38):

Non è un caso che oggi la pubblicità abbia la necessità di trasformarsi in una vera e propria “metapubblicità” cioè in una forma di pubblicità che possiede una coscienza metalinguistica di se stessa [...] il messaggio svela al fruitore il proprio codice, i segreti del proprio funzionamento interno e cerca pertanto di stabilire un rapporto di

---

<sup>114</sup> Si pensi al brano *Bollicine* di Vasco Rossi, composizione di jingle pubblicitari slegati da qualsiasi prodotto discreto, che esalta il carattere estatico e al tempo evanescente della pubblicità.

complicità con il fruitore stesso [...] Tende infatti ad avere come oggetto da comunicare sempre meno la merce che deve pubblicizzare e sempre più la relazione di comunicazione che mira a stabilire con l'interlocutore.

L'economia politica, già omologata al dominio del segno che una volta gli era satellite, si satellizza a sua volta. Il valore economico, così come il valore-segno, perde la propria referenza al bene di consumo, supera la stessa forma strutturale della merce, e si autonomizza nella sfera della finanza. Non c'è produzione, né riproduzione, ma proliferazione speculativa e circolazione fluttuante del valore.

Il gioco finanziario votato all'eccesso è ancora più estremo di quello della *dépense*, poiché non vi è più manipolazione di un codice sociale attraverso cui stabilire delle differenze significative, ma esasperazione del codice sino alla sua totale trasparenza, attraverso la quale nessun valore può più riflettersi, correlarsi. La crescita e la crisi del sistema economico, ancora rintracciabili in una logica della causalità, in uno squilibrio tra forze e rapporti di produzione, sono rimpiazzate da escrescenze e catastrofi, effetti (senza cause) dell'intensificazione dei processi economici nel vuoto, slegati da qualsiasi origine e finalità.

Siamo di fronte ad una *rivoluzione* ben diversa da quella prospettata da Marx, e oltre quella strutturale del terzo stadio: "Così, l'Economia Politica è finita, ma nient'affatto come ci si aspettava, bensì esacerbandosi fino alla parodia. La speculazione non è quella del plus-valore, è l'estasi del valore, senza riferimento alla produzione né alle sue condizioni reali. È la sua forma pura e vuota, la forma spurgata del valore che gioca solo sulla propria rivoluzione (la propria circolazione)" (ivi: 42).

Vi è un altro dominio soggetto allo stesso movimento *rivoluzionario*: si tratta del dominio della sessualità. Alla struttura della differenza sessuale, ancorata alla *verità* del sesso biologico, si sostituisce il gioco dell'indifferenza sessuale, della commutazione generale di tutti i segni del sesso tra loro. Baudrillard mette in luce l'artificio che caratterizza il campo della sessualità oggi: il sesso non è solo sganciato dal suo referente *naturale*, ma anche dalla relazione con il proprio opposto strutturale, manifestandosi come libera circolazione dei segni del sesso e presentandosi come transessualità<sup>115</sup>. Il corpo diventa la superficie di questa

---

<sup>115</sup> Nello stesso anno di pubblicazione de *La trasparenza del male*, Judith Butler esce con *Gender troubles* (1990). Butler avanza la tesi che la sessualità, oltre che declinarsi in termini biologici, si presenta come *performance* (nozione per certi versi paragonabile all'*operatività* in Baudrillard) del genere e dello stesso sesso: messa in scena capace di decostruire la struttura binaria del maschile e del femminile ricostruendo l'artificialità di queste due categorie strettamente culturali, semiotiche.

operazione *chirurgica* e *semiurgica*: l'amputazione dei tratti negativi e dunque della differenza tra maschile e femminile, causa l'esacerbazione, la positivizzazione del sesso e dei suoi segni (più maschile del maschile, più femminile del femminile), rivelandone paradossalmente l'indeterminatezza: pura performance.

Così come la sessualità, anche il lavoro, la produzione e la riproduzione umana divengono operazioni modellizzate, senza origine o finalità che trascendano il proprio *modus operandi*: esercizio di stile, di forma. Si pensi al jogging, che non ha nulla a che fare con l'azione del correre, ma con il far-correre e lasciar-correre il proprio corpo: ancora una volta, solo performance; come nel caso della (tran)sessualità, "Non si può dire che il suo scopo sia la forma [...] la forma era ancora funzionale: puntava al valore di mercato o al valore-segno del corpo, alla sua (ri)produttività o al suo prestigio. La performance invece è operativa, e non ha più di mira la *forma* del corpo, ma la sua *formula*" (ivi: 55). Si tratta della formula dell'equazione del corpo con se stesso, della sua risoluzione in quanto elemento informatizzato e operativizzato. A tale proposito, Baudrillard (ivi: 13-14) afferma che,

Un tempo il corpo era la metafora dell'anima, poi divenne la metafora del sesso, oggi non è più la metafora di nulla, è il luogo della metastasi, della concatenazione meccanica di tutti i suoi processi, di una programmazione all'infinito senza obiettivo trascendente, nella pura promiscuità con se stesso, che è anche quella dei sistemi reticolari e dei circuiti integrati.

D'altra parte, i nuovi media, "le nuove macchine, le nuove immagini, non mi alienano affatto. Formano con me un circuito integrato" (ivi: 67): un circuito della manipolazione (dal *fare* al *far-fare*). Difatti, il tentativo di oggettivazione e informatizzazione del reale in funzione del soggetto umano attraverso i segni e i media si è tradotto in un'oggettivazione e informatizzazione dello stesso essere umano e del proprio corpo, ovvero nel suo aggancio e adeguamento all'operatività che caratterizza il nostro ambiente ipercodificato e ipermediale:

Nella nostra volontà di inventare il mondo reale, in modo tale che esso risulti trasparente per la nostra scienza e per la nostra coscienza, e che non ci sfugga più, non sfuggiamo a questa stessa trasparenza, divenuta la trasparenza del male [...] è un po' come l'uomo che ha perso la sua ombra: il fatto che è diventato trasparente alla luce che lo attraversa, oppure che è illuminato da tutte le parti, sovraesposto senza difesa a

tutte le fonti di luce. Veniamo così illuminati da ogni lato dalle tecniche, dalle immagini, dall'informazione, senza poter rifrangere questa luce" (ivi: 48-51).

Tramite le proprie protesi tecniche e semiotiche, il corpo è amputato dei propri tratti negativi e dunque liberato dal confronto/scontro esperienziale con l'indeterminatezza del mondo: è ora libero di operare e condurre la propria esistenza sottovuoto, ovvero nell'ambiente mediale asettico e anestetizzato a cui è associato, e che da medium estetico, dell'esperienza, è divenuto medium estatico, della performance: "L'estasi è la qualità propria a ogni corpo che gira su stesso fino alla perdita di senso" (2007: 12).

Come visto, non solo il corpo, ma ciascun dominio, arricchendosi sempre di più di protesi tecniche e mediali, è soggetto ad un movimento di involuzione e omologazione al dominio della comunicazione nella sua forma estatica contemporanea: quella dell'informazione. Da mera funzione, la comunicazione diventa modello operativo di tutti i domini discorsivi che si strutturano attraverso protesi mediali. Sgravata dei propri messaggi e liberata dal proprio ruolo funzionale, la comunicazione si satellizza per circolare come informazione: "così è orbitale l'informazione: è un sapere che non supererà mai più se stesso, che non si trascenderà né si rifletterà, ma che nemmeno tocca più terra, che non ha né un ancoraggio, né un referente" (Baudrillard 1990: 36).

Ciò che accomuna tutti i domini e gli elementi analizzati sinora è fondamentalmente proprio una perdita di senso, direzione, di finalità. Tuttavia, anche in questo caso, "la finalità non scompare a vantaggio dell'aleatorio, ma a vantaggio di un'iperfinalità, un'iperfunzionalità: più funzionale del funzionale, più finalistico del finalistico – ipertelia" (Baudrillard 1983: 14). A tale proposito, una delle categorie principali di questo quarto stadio è quella di *catastrofe*, che sembra essere destino ineluttabile di tutti i sistemi che raggiungono un grado massimo di chiusura, perfezione e coerenza interna. A tale proposito, per la loro efficacia, ripropongo una lunga serie di passaggi tratti ancora una volta da Baudrillard (1990: 69-*succ*):

Puntando all'eliminazione di ogni aggressione esterna, essi secernono la loro propria virulenza interna, la loro reversibilità malefica. Giunti a un certo punto di saturazione, assumono senza volerlo questa funzione di reversione [...] La loro stessa trasparenza li minaccia [...] In un mondo espurgato dalle vecchie infezioni, in un mondo clinico ideale, si dispiega una patologia impalpabile, implacabile data dalla disinfezione stessa [...] La virulenza si impossessa di un corpo, di una rete o di

un sistema nel momento in cui esso espelle tutti gli elementi negativi e si risolve in una combinatoria di elementi semplici [...] Un tale corpo frattale votato alla moltiplicazione delle proprie funzioni esterne si vede nello stesso tempo votato alla demoltiplicazione interna delle proprie cellule. Entra in metastasi: le metastasi interne sono simmetriche a quelle metastasi esterne che sono le protesi, i sistemi reticolari, i collegamenti [...] è una patologia dell'incesto, inteso in senso lato e metaforico. Chi vive dello stesso morirà dello stesso. L'assenza di alterità scerne quest'altra alterità inafferrabile, questa alterità assoluta che è il virus [...] In ogni compulsione alla rassomiglianza, estradizione delle differenze, in ogni contiguità delle cose con la propria immagine, c'è una minaccia di virulenza incestuosa, di un'alterità diabolica che giunge a sconvolgere questa macchina tanto bella [...] Questo è il privilegio dei fenomeni estremi e in generale della catastrofe. l'ordine segreto dalla catastrofe è l'affinità di tutti questi processi tra loro, e la loro omologia con l'insieme del sistema [...] essi si faranno sempre più estremi a mano a mano che i nostri sistemi diventeranno più sofisticati.

La catastrofe non si pone a/come *termine* di una *serie* di elementi in successione, di una catena di cause ed effetto; essa è piuttosto l'evento che sancisce la *s-terminazione* di ciascun elemento della serie, ovvero il superamento del proprio termine relativo e dunque del propria identità differenziale, in una sorta di involuzione fatale del valore: "la catastrofe è l'inflessione o la curvatura che fa coincidere, in una cosa, la sua origine e la sua fine, che fa tornare la fine sull'origine per annullarla, lascia posto a un evento senza precedenti e senza conseguenze – evento puro" (Baudrillard 1983: 20).

Dunque, la catastrofe, piuttosto che l'effetto di una reazione a catena - il cui senso sarebbe comunque orientato al proseguimento della serie - è un evento implosivo e immediato, che mina l'intero sistema a partire dalla propria struttura, costringendolo al collasso. Non è un caso che una delle catastrofi maggiormente esorcizzate dal nostro immaginario culturale sia quella del sisma: "lo sprofondamento interstiziale [...] Lo spaccarsi delle cose più suggellate, il fremito delle cose che si restringono, che si ripiegano nel loro vuoto [...] sono i sismi a dirlo, che sono il requiem dell'infrastruttura. Non spieremo più gli astri o il cielo, ma le divinità sotterranee che ci minacciano di uno sprofondamento nel vuoto" (ivi: 24).

Gli immaginari della catastrofe futura, le fantasie del sistema giunto al proprio termine o alla propria s-terminazione, costituiscono un esempio capace di mettere in evidenza le logiche di questo quarto stadio simulacrale. A questi esempi, dedicheremo ampio spazio nella prossima parte sulla premediazione. Lì, vedremo che l'immaginario mediale della catastrofe, piuttosto che una strategia del sistema



per esternare, esorcizzare e proiettare nel futuro la catastrofe “reale”, è un efficace tattica per una sua integrazione mediale e, al contempo, per una sua attualizzazione immediata nel tempo presente:

In mancanza di catastrofe reale, sarà lecito scatenare una catastrofe per simulazione, che non sarà inferiore all'altra e potrà sostituirla. Ci si domanda se non sia questo ciò che volteggiava nelle fantasie degli 'esperti': tutti i sistemi di prevenzione e di dissuasione non equivalgono forse a focolai virtuali di catastrofe? Col pretesto di sventarla, ne materializzano tutte le conseguenze nell'immediato (ivi: 25).

**Parte III**  
**Premediazione**

## 10. Prevenire il futuro

### 10.1. 9/11: Evento di rottura

Nel saggio “Premediation” ([2004]2017), Grusin segnala come la logica della rimediazione sia “sul punto di essere rimediata da un’altra logica, la logica della premediazione, in base alla quale il futuro è sempre già *pre-mediato*” (ivi: 93). L’autore mette a confronto e in successione le due logiche:

La logica della rimediazione afferma che non c’è mai un passato che preceda la mediazione [...] la logica della premediazione, invece, sostiene che il futuro è esso stesso già mediato [...] può essere rimediato prima che esso accada” [...] per cui la nostra conoscenza del futuro, come anche quella del passato, è già sempre mediata” (ivi: 96-97).

In particolare, la premediazione è definibile come la tendenza dei racconti mediali ad anticipare l’avvenire attraverso lo sviluppo narrativo dei suoi possibili scenari. Essa si pone allora come un processo di assicurazione dal momento che presuppone una completa mediabilità del futuro nel presente attraverso i media: non si tratta più di un rimedio, ma di una sorta di prevenzione.

La logica della premediazione, specialmente quando i mondi raccontati riguardano guerre o catastrofi, precede non solo questi eventi nella realtà, ma anche la loro immaginazione culturale e mediale, ovvero il mondo attraverso cui sarebbero stati tradotti medialmente nel futuro. Ecco perché si tratta comunque di un caso di rimediazione, dal momento che l’immaginario premediato è spesso un esempio di una sua possibile mediazione futura.

Ciò non significa sostenere che la “realtà” non esiste più, ma, in linea con un approccio semiotico, e sulla base di quanto detto sinora sulla rimediazione, significa ribadire l’efficacia simbolica e materiale che queste costruzioni mediali esercitano nel plasmare la nostra esperienza del presente e nello stabilire programmi narrativi per le nostre azioni nel futuro. È bene dunque ribadire che la premediazione non ha nulla a che fare con la premeditazione, e cioè con l’indovinare quel che accadrà, bensì con il tentativo di mappare tutte le possibilità contenute nel futuro, nel suo *paradigma*:

Nel tentativo di premediare tanti più mondi possibili, tanti più percorsi possibili rispetto a quanti si possa immaginare che il futuro effettivamente intraprenda, la

premediazione funziona in modo analogo alla logica che sta dietro la progettazione di un videogame: ciò che conta non è tanto indovinare il futuro quanto cercare di inventare e progettare il più alto numero di futuri possibili [...] vi è dunque un alto numero di mosse possibili, molte delle quali vengono incoraggiate da protocolli e da sistemi di ricompensa integrati al gioco. (ivi: 118)

La premediazione consiste dunque in una sorta di ricostruzione narrativa del futuro che marca il proprio aspetto operativo, favorendone così un consumo feticistico. Si tratta di un'operazione che abbiamo già visto caratterizzare gran parte dei prodotti medialti contemporanei, e che fondamentalemente consiste nella "attualizzazione di tutti i dati, mediante la trasformazione di tutti i nostri atti e di tutti gli eventi in pura informazione. Insomma: la soluzione finale, la risoluzione anticipata del mondo tramite la clonazione della realtà e lo sterminio del reale col suo doppio" (Baudrillard 1995: 31) - "in un processo al termine del quale la realtà esaurisce tutte le sue possibilità" (ivi: 13)<sup>116</sup>.

Da un lato, la premediazione cerca di riportare il futuro alla nostra esperienza presente, attuandone e risolvendone tutto lo spettro di possibilità e virtualità nel "tempo reale di un'interattività mediatica che privilegia 'l'adesso'" (Grusin 2017: 102); dall'altro, la premediazione ribadisce la distanza del futuro, marcando la propria funzione (pre)mediatrice. Così, anche la premediazione sembra costituirsi attraverso la doppia logica dell'immediatezza e della ipermediazione.

Difatti, attraverso questa particolare progettazione del futuro nel presente, il compito della premediazione è quello di mantenere l'equilibrio precario tra attrazione e repulsione, coinvolgimento e messa a distanza. Come sottolinea Grusin (ivi: 118), "è proprio grazie alla proliferazione di scenari futuri che la premediazione riesce a generare e allo stesso tempo contenere l'ansia, con l'obiettivo di prevenire la possibilità di un futuro traumatico".

Tuttavia, secondo lo stesso Grusin, tale equilibrio tende a sbilanciarsi: la premediazione si attesta sempre più sulla normalizzazione dell'evento futuro e sul contenimento dell'ansia che questo porta con sé:

All'inizio degli anni '90 la catastrofe televisiva serviva a far entrare il pubblico in contatto immediato con un 'reale' che interrompeva la quotidiana normalità. [ma

---

<sup>116</sup> "La macchina fa quello che l'uomo vuole che faccia, ma questi, per converso, esegue solo ciò che la macchina è programmata a fare. Egli è operatore della virtualità, e il suo procedimento è solo in apparenza quello di informarsi o di comunicare, in realtà consiste nell'esplorare tutte le virtualità di un programma, come il giocatore punta a esaurire tutte le virtualità del gioco" (Baudrillard 1990: 64-65).

proprio] a causa della struttura ripetitiva del quotidiano basata sulla programmazione televisiva, la ripetuta premediazione di disastri o catastrofi futuri opera per evitare che si ripeta un trauma come quello dell'11 settembre e lo fa [...] mantenendo un livello di paura basso e quasi costante. (ivi: 110-111).

Secondo Grusin, l'attacco terroristico alle Torri Gemelle è stato un vero e proprio momento spartiacque. Da un lato, questo evento ha rappresentato il compimento maturo, l'apoteosi della doppia logica della rimediazione, in quanto trasmesso a livello mondiale attraverso:

La moltiplicazione della mediazione attraverso quei collage ora familiari inaugurati dalla CNN [...] e, allo stesso tempo, cancellando le tracce della mediazione, offrendo l'immediatezza del primissimo piano delle Torri Gemelle in fiamme [...] L'intensità della doppia logica della rimediazione espressa durante l'11 settembre – l'immediatezza dell'attentato, della combustione e del crollo delle Torri Gemelle unita al carattere ipermediato della sua mediazione sugli schermi di tutto il mondo - ha fatto dell'11 settembre l'evento paradigmatico globale della rimediazione. (ivi: 99-100)

D'altra parte, lo stesso evento ha determinato la fine dell'egemonia della rimediazione a favore della premediazione:

L'11 settembre ha segnato il passaggio dalla rimediazione alla premediazione quale logica culturale o mediale dominante negli Stati Uniti [...] si può ritenere che l'11 settembre abbia segnato la fine del desiderio culturale statunitense dell'immediatezza [...] che viene sostituito dal desiderio di un mondo in cui l'immediatezza della catastrofe, l'immediatezza del disastro, non può esserci, perché sarebbe già premediata [...] dall'11 settembre in poi, il desiderio dominante è stato quello di assicurare che il futuro, quando arriva, sia sempre già rimediato, in modo da vederlo non come esso emerge nell'immediatezza del presente, ma prima che possa accadere [...] l'immediatezza televisiva e percettiva della catastrofe dell'attacco alle Torri Gemelle ha messo in crisi, almeno per il momento l'immediatezza delle tecnologie digitali e ha suscitato, nei media, soprattutto in quelli televisivi, un interesse non tanto per il presente immediato, ma per il futuro premediato. (ivi: 100-*succ.*)

Secondo Grusin, “la premediazione, dunque si distingue dalla doppia logica della rimediazione, in quanto rappresenta non un desiderio di immediatezza o trasparenza, bensì la paura dell'immediatezza, della trasparenza estrema che l'11 settembre ha prodotto” (ivi: 113). Grusin sottolinea come tale cambio di rotta,

“all’epoca non pienamente evidente e che è diventato più chiaro solo in seguito [...] se si considera l’ossessione per la premediazione del futuro che ha caratterizzato i mesi successivi all’attacco” (ivi: 100).

È sicuramente questo il caso della cosiddetta *war on terror*, ovvero della costruzione mediatica del conflitto mediorientale che ha seguito l’attacco dell’11 settembre, nella quale “la mediazione della guerra e delle sue conseguenze precedeva il reale e gli eventi reali, come la guerra e i suoi effetti potevano verificarsi solo dopo essere stati anche rimediati dalle reti mediali” (ivi: 116).

La copertura mediatica che ha caratterizzato e in qualche modo progettato l’andamento delle guerre in Afghanistan prima e in Iraq poi è un chiaro esempio di come, “la premediazione cerca di prevenire il futuro premediandolo – cerca cioè di assicurare, in un certo senso, che il futuro non accada mai. Dall’altro lato, [...] la premediazione aspira ad assicurare che il futuro sia già accaduto, catturando il momento esatto in cui esso emerge nel presente [...] estendendo le nostri reti mediali nel futuro” (ivi: 135-136).

Se la rimediazione insiste sull’inseparabilità di realtà e mediazione, sulla realtà dei media, “allo stesso modo il concetto di premediazione insiste sulla realtà del futuro premediato” (ivi: 117). Grusin ci tiene dunque a sottolineare come “l’enfasi posta sul modo in cui la premediazione si sforza di precludere ogni possibilità ad un futuro non mediato, ad un reale non mediato, non deve essere fraintesa: non intendo ricalcare le tesi di Baudrillard sulla ‘precessione dei simulacri’” (ibid.). In questo modo, Grusin vuole distanziarsi dalle conclusioni tratte proprio dal filosofo francese sull’analisi di un altro conflitto caratterizzato da una estesa copertura mediatica, e in particolare dalla tesi dell’autore francese secondo cui *la Guerra del Golfo non ha mai avuto luogo*.<sup>117</sup>

Per Grusin, ribadire la realtà della premediazione è un modo per riportare in equilibrio il rapporto tra realtà e mediazione, tra immediatezza e ipermediazione, che si era spezzato con l’attentato dell’11 settembre e il suo eccesso di realtà, e nuovamente sbilanciato con la logica della premediazione dei conflitti mediorientali e il suo eccesso di ipermediazione. Per Baudrillard, proprio perché in linea con l’idea di un reale inscindibile dal proprio simulacro mediale, la realtà di queste guerre, e dello stesso 11 settembre (come vedremo nella prossima sezione) è del tutto una simulazione, un alibi volto a dare una referenza esterna a un sistema mediale che accresce la propria autonomia in funzione della premediazione di questi eventi.

---

<sup>117</sup> In riferimento all’omonimo libro di Baudrillard (1991)

## 10.2. 9/11: la sfida simbolica

Assieme a Grusin, in tanti e tante hanno cercato di dare una loro lettura dell'11 settembre. La pluralità di sguardi e prospettive è forse il segno più grande della complessità e della rilevanza di questo evento, che di certo non può essere restituita per intero in questa sede. Ciò che risulta più rilevante ai fini del nostro discorso è l'aspetto e la portata mediale di questo evento.

A tale proposito è necessario fare riferimento nuovamente a Baudrillard e in particolare al saggio *Lo spirito del terrorismo* (2002), di cui verranno riportati ampi passaggi che si contraddistinguono per la loro efficacia esplicativa e per lo stile suggestivo. Baudrillard interpreta l'11 settembre come il primo "evento puro" (ivi: 8) a verificarsi dopo una lunga astinenza di eventi, sempre anestetizzati, anticipati, premediati - per usare lo stesso gergo di Grusin - dalla loro asfissiante copertura mediale. Eppure, nel caso dell'attentato alle Torri Gemelle, è stato evidente come "lo spettacolo del terrorismo impone il terrorismo dello spettacolo" (ivi: 40). Oltre ogni ipocrisia, Baudrillard mette in evidenza la grande fascinazione verso questo evento terroristico e spettacolare:

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. Perché è lei, con la sua potenza insopportabile, ad aver fomentato questa violenza infusa, in tutte le parti del mondo, e quindi anche quell'immaginazione terroristica che ci abita tutti. (ivi: 8-9)

L'autore sostiene quindi che ci sia stata una sorta di "complicità inconfessabile" (ivi: 10) da parte delle spettatrici, da sempre segretamente desiderose di poter assistere finalmente a un evento che, nonostante, o proprio in funzione della sua ipermediazione, potesse avere un impatto così forte, così spettacolare e al contempo reale.<sup>118</sup>

Tale desiderio, così come l'evento vero e proprio, sono sintomi diretti di una "allergia a ogni ordine definitivo" (ivi: 11), che emerge come risposta immunitaria e al contempo fatale a un sistema giunto ad un livello avanzato di coerenza interna. Anzi, è lo stesso sistema che sembra secernere tale allergia verso se stesso dal proprio interno, "ad aver creato le condizioni oggettive di questa ritorsione brutale"

---

<sup>118</sup> Come sottolinea lo stesso Baudrillard, e come si vedrà con maggiore approfondimento nel prossimo capitolo, "Gli innumerevoli film di catastrofe testimoniano dell'esistenza di questo fantasma, che ovviamente viene scongiurato con l'immagine, annegando il tutto negli effetti speciali" (ivi: 12).

(ivi: 14)<sup>119</sup>. Come afferma Baudrillard (ivi: 11-12), “l’ascesa stessa è complice della sua distruzione [...] la velleità di denegazione di ogni sistema è tanto più forte quanto quel sistema si avvicina alla perfezione o all’onnipotenza” (ivi: 11-12).

Il sistema a cui Baudrillard si riferisce è quello statunitense, che a seguito della caduta del Muro di Berlino e al collasso del blocco sovietico, ha potuto estendere il proprio dominio e modello in maniera incontrastata su tutto il Pianeta. È un monopolio di potere e ordine propriamente “incarnato dalle torri del World Trade Center nella loro gemellarità” (ivi: 12). Il WTC non rappresentava un potere superiore, non era nemmeno l’edificio più alto al mondo (non aveva questa ambizione), ma espressione di un potere assoluto. Le torri, proprio nella loro specularità gemellare, incarnavano la chiusura di questo segno di potere su se stesso: un segno di un sistema autonomo che non ha più bisogno di confrontarsi con qualcosa al di fuori di esso per sancire il proprio dominio incontrastato.

Ma è proprio in questo punto di massimo che la superpotenza mondiale ha rivelato la minaccia della propria saturazione: “più il sistema si concentra mondialmente, fino a costituire, al limite, una sola rete, e più diviene vulnerabile in un punto solo” (ivi: 13).

Baudrillard infatti parla di “mondializzazione trionfante alle prese con se stessa”: al di là di qualsiasi scontro dialettico o battaglia ideologica, la potenza mondiale si trova coinvolta in uno “scontro talmente inafferrabile che diviene

---

<sup>119</sup> È una reversibilità che caratterizza tutti i campi discorsivi e i relativi sistemi di potere. Si pensi al dominio politica, che nell’accrescere progressivo della propria coerenza, del proprio gioco di codici interni e di rimandi autoreferenziali, si è slegata progressivamente dal legame costitutivo e significativo con la società, dal suo ruolo di rappresentanza, generando così dapprima sfiducia e disinteresse, sino all’emergere ciclico di un vero e proprio odio anti-casta - fenomeno di cui siamo testimoni oggi. Ancora più emblematico, soprattutto alla luce degli eventi contemporanei, è il ruolo della/e scienza/e. La direzione intrapresa nel tentativo di andare oltre se stessa, oltre la propria mediazione, per offrire un accesso diretto e immediato alla realtà e alla natura, è continuamente soggetta a un’inversione e una reversibilità totale; la moltiplicazione di immagini e dati digitali, apparentemente capaci di restituirci e di farci accedere al reale sino al suo più piccolo dettaglio e principio profondo, si rivelano spesso essere oggetto di una manipolazione. Ciò non denota necessariamente una contraffazione dell’immagine o del dato – la mancata corrispondenza al reale - ma piuttosto una totale indifferenza nei confronti del reale e conseguente cesura del legame con questo: l’immagine e il dato acquisiscono valore e significato sempre di più in virtù delle loro relazioni reciproche, a seconda del codice specialistico che ne attiva arbitrariamente e di volta in volta le molteplici connessioni possibili (si pensi alla genetica, in cui tutto il reale viene ridotto al codice genetico, come suo principio ultimo, inviolabile e allo stesso tempo – come qualsiasi codice – oggetto di manipolazione). Omologamente alla politica, anche la scienza attira così crescenti antipatie e malcontenti, che si esprime in particolare nella sfiducia verso “gli esperti” (del tutto equiparabile a quella contro tecnici e burocrati nella sfera politica) o attraverso il proliferare di teorie scientifiche alternative, per così dire. Il cospirazionismo è dunque l’effetto diretto di un tentativo di sopprimere qualsiasi alternativa, qualsiasi dialettica e di detenere il monopolio della società, della realtà, della verità da parte di questi discorsi egemoni: piuttosto che un’opposizione radicale in termini di contenuti e valori, si tratta di una reversione totale e fatale dell’ordine proprio perché giocata sul suo stesso terreno e con gli stessi mezzi.



necessario di tanto in tanto salvare l'idea della guerra con messe in scena spettacolari, come la guerra del Golfo o quella dell'Afghanistan" (ivi: 17-18)<sup>120</sup>.

Come sottolinea Baudrillard, "nessuno sembra aver capito che Bene e Male crescono in potenza contemporaneamente [...] sono irriducibili l'uno all'altro" (ivi: 19). Con la fine della Guerra Fredda, viene avviata un'operazione di "estrapolazione totale del Bene, egemonia del positivo su qualsiasi forma di negatività" (ivi: 20), di assorbimento di termine di confronto e opposizione che significa il superamento del proprio termine, della propria fine. Tuttavia, rotto qualsiasi equilibrio strutturale, non è solo il Bene a dispiegarsi liberamente, ma "è come se [anche] il Male riprendesse un'autonomia invisibile" (ivi: 20). Ecco perché "Il terrorismo è nel cuore stesso della cultura che lo combatte" (ivi: 15).

Si pensi all'ideale di libertà, da sempre bandiera degli Stati Uniti, innalzato al punto da farlo coincidere con l'ideale Platonico del Bene; questo ideale è ben più che un valore ideologico, ma si esplica già a livello del nucleo dell'organizzazione e della struttura sociale di questa nazione e progressivamente dell'intero mondo fatto a sua immagine: l'individuo. Ed è proprio a partire da questo nucleo nevralgico del Bene che il Male è emerso. I terroristi hanno sfruttato il loro essere individui, apparentemente come tutti gli altri liberi cittadini del mondo mondializzato, per dirottare gli aerei e compiere l'attentato.

Ciò ha causato inevitabilmente non solo il crollo verticale dell'ideale della libertà, ma il collasso del sistema sino alla propria radice. La svolta securitaria, la capillarità del controllo che è seguito al crollo delle Torri Gemelle, "è quasi altrettanto terroristico dell'atto spettacolare dell'11 settembre, perché fa cadere l'ombra del sospetto su qualsiasi individuo" (26-27). Tutte e tutti, proprio in virtù della nostra individualità e libertà, e della nostra omologazione secondo questo stesso parametro individualizzante, potremmo essere potenzialmente dei terroristi.

Si tratta quindi di una battaglia non giocata attraverso la messa in campo di valori differenti, contrastanti, ma sulla sovversione e reversione degli stessi valori sullo stesso campo da gioco: "il terrorismo si appropria delle regole del gioco per meglio sconvolgerlo [...] si sono anche appropriati di tutte quelle armi della potenza dominante [...] le tecnologie informatiche e aeronautiche, la dimensione spettacolare e le reti mediatiche" (ibid.).

---

<sup>120</sup> Per Grusin, questi conflitti sono un classico esempio di premediazione, ovvero un tentativo di ripristinare e marcare la tenuta del sistema mediale occidentale a seguito dello shock provocato dall'immediatezza dell'attentato, la sua rinnovata capacità di riassorbire e integrare il reale al proprio interno; al contrario, per Baudrillard, queste guerre costituiscono una sorta di alibi referenziale, proiezioni di realtà, volte a dare una causalità esterna a un collasso interno al sistema.

In particolare, sono proprio i mezzi di comunicazione a risultare interessanti in questa strategia auto-sovrversiva. Su questo punto, la lettura di Baudrillard sembra ricalcare quella che Grusin (con Bolter) porta avanti attraverso la categoria di rimediazione: “il ruolo dell’immagine è fortemente ambiguo. Perché, nell’atto stesso in cui lo esalta, prende l’evento in ostaggio. L’immagine gioca come moltiplicazione all’infinito e, simultaneamente, come diversione e neutralizzazione [...] l’immagine consuma l’evento, nel senso che lo assorbe o lo dà a consumare” (ivi: 36).

Tuttavia, secondo Grusin, l’evento reale sembra essere resuscitato proprio con l’11 settembre, il cui impatto immediato sulla realtà ha di gran lungo superato qualsiasi sua finzione mediale. Tuttavia, come afferma Baudrillard, “Se sembra farlo è perché ne ha assorbito l’energia, divenendo essa stessa finzione [...] Non è che la violenza del reale sia data in partenza, e che a essa si aggiunga il brivido dell’immagine; piuttosto è l’immagine a venir prima, e il brivido del reale ad aggiungersi dopo” (ivi: 37-38).

Secondo l’autore francese l’effetto perturbante dell’attentato alle Torri Gemelle non è legato alla sua realtà, ma si gioca a un livello più profondo: una spaccatura che si apre nel cuore del sistema ipercodificato e ipermediale statunitense, occidentale, mondiale: “questa violenza terroristica non è reale. È qualcosa di peggio, in un certo senso: è simbolica [...] solo la violenza simbolica è generatrice di singolarità” (ibid.)

A differenza del reale, questo evento singolare non è reintegrabile nel sistema di segni e immagini differenziali da cui emerge: si cerca di imporgli un senso, di trovargli un’interpretazione, “ma non ce n’è nessuna” (ivi 39). Nonostante i molteplici tentativi di spiegazione, per dare credito o per screditare il valore e il senso dell’attentato, l’Occidente non si dà pace di fronte all’insensatezza di questo atto di distruzione. I terroristi infatti mettono in gioco la loro stessa vita, e non lo fanno perché vengono pagati o per un’ideale, per un valore: nella sfida, la posta è simbolica, non scambiabile, non corruttibile, senza alcuna equivalenza possibile: “certo, secondo il nostro modello di valori, barano: mettere in gioco la propria morte non fa parte del gioco. Ma a loro non importa, e le nuove regole del gioco non ci appartengono più” (ivi: 31).

In altre parole, “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. Il terrorismo è l’atto irriducibile nel cuore di un sistema di scambio generalizzato” (ivi: 14). Così, dalla dialettica del negativo sempre sintetizzabile, dalla logica della differenza sempre integrabile e feticizzabile, è necessario

“spostare invece la lotta nella sfera simbolica, dove la regola è quella della sfida, della reversione, del rilancio. Una lotta tale che alla morte si possa rispondere solo con una morte uguale o superiore. Sfidare il sistema con un dono al quale esso non può rispondere se non attraverso la propria morte e il proprio crollo” (ivi: 24). Il sistema si ritrova così a combattere contro la propria stessa violenza:

Terrore contro terrore [...] ma terrore asimmetrico. Ed è contro questa asimmetria che l’onnipotenza mondiale si trova completamente disarmata [...] essa può solo chiudersi ancora di più nella sua logica di rapporti di forza senza poter giocare sul terreno della sfida simbolica e della morte, di cui non ha più alcuna idea, perché l’ha cancellata dalla sua cultura [...] 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 [...] I terroristi dispongono di un’arma fatale. La propria morte [...] un’arma assoluta contro un sistema che vive dell’esclusione della morte. (ivi: 21-*succ*)

L’11 settembre ha rappresentato uno scacco matto agli Stati Uniti, alla superpotenza mondiale e alla logica profonda del sistema. Un attentato di cui non si ha più bisogno della realtà dell’impatto per coglierne la potenza e la portata catastrofica. L’11 settembre è un evento che dimostra il limite della logica della rimediazione e della premediazione nel puntare tutto al rapporto con la realtà, soccombendo di fronte alla sfida simbolica che minaccia queste stesse logiche dal loro interno.

Proprio come negli scacchi, dove la risoluzione della partita non ha bisogno di essere effettuata realmente, di *realizzarsi*, ma può *attualizzarsi immediatamente* con più mosse d’anticipo proprio perché già previsto dallo schema di gioco, anche l’immediatezza dell’11 settembre non è riferita alla realtà dell’evento, ma al fatto di essere il destino ineluttabile, già scritto, per certi versi *premediato* dal sistema (mediale) stesso: quello spettacolo del terrorismo che in un attimo diviene terrorismo dello spettacolo.

## 11. Immaginari premediati

### 11.1. La premediazione cinematografica

La premediazione cinematografica del futuro - di cui il genere catastrofico e apocalittico rappresenta un caso estremo, e proprio per questo estremamente emblematico - apparentemente funziona diversamente dalla premediazione a trazione principalmente televisiva analizzata finora. Secondo Grusin (2017: 109), questa “differenza tra la rappresentazione cinematografica dei disastri e quella televisiva riguarda le diverse logiche visive dei due media”.

Si tratta della differenza tra le estetiche dell'immediatezza e dell'ipermediazione, che caratterizzano rispettivamente cinema e televisione – un differenza così viscerale al punto che Grusin afferma che “queste rimediazioni cinematografiche, finzionali, o immaginarie, hanno poco a che fare con la premediazione” (ibid.). La nostra ipotesi è invece che anche queste “rimediazioni cinematografiche” costituiscano un caso di premediazione, complementare alla premediazione televisiva più canonica.

In un numero crescente di pellicole cinematografiche, la premediazione dell'evento futuro in tutto il suo impatto catastrofico, dà parziale sfogo alla necessità di liberare il futuro dalla iper/pre-mediazione che ne viene fatta nel presente e in particolare dalla televisione. Essa serve a placare quel desiderio collettivo di assistere alla rivincita dell'evento, di vederlo dirompere proprio dalla sua saturazione mediale: ovvero il desiderio di assistere alla catastrofe suicida del sistema mediale nello stesso momento in cui raggiunge la sua massima coerenza interna, la sua perfezione logica, in una reversibilità *immediata* – così come visto accaduto nel caso dell'11 settembre. Dunque, il merito della premediazione cinematografica è quello di dare nuovamente spazio all'immediatezza del futuro in risposta all'ipermediazione che caratterizza la sua premediazione televisiva.

È però necessario porre questa immediatezza del futuro premediato cinematograficamente in relazione all'ipermediazione da cui emerge e di cui costituisce la logica reciproca. Difatti, il futuro catastrofico immaginato spesso si staglia sullo sfondo di uno scenario ipermediato e, in particolar modo, prende forma da un medium che solitamente è una rimediazione futura dei media attuali, di cui però viene esaltato l'aspetto di immediatezza e trasparenza. Si tratta di due caratteristiche inevitabilmente intrecciate tra loro: “[1] nella misura in cui il futuro saturo di tecnologie medialità, [2] sarà caratterizzato anche da continue rimediazioni di media precedenti” (ivi: 120).

A tale proposito, Grusin porta avanti l'esempio del film *Strange Days* (Bigelow 1995). La storia ci proietta in futuro dominato dai cosiddetti *wire* (fig. 35), tecnologie che rimediano il medium cinematografico e “funzionano attraverso connessione neuronali, aggirando il sistema della proiezione e della rappresentazione sullo schermo” (ivi: 97); I *wire* si presentano così come “espressione intensificata di quel desiderio di immediatezza nel cinema, in cui la mediazione della proiezione pubblica, la rappresentazione su schermo e l'esibizione vengono eliminate in favore di un'esperienza percettiva privata e pre-registrata per lo spettatore” (ivi: 94).



Fig. 35: *Strange days*, primo piano sui *wire*.

La premediazione cinematografica del futuro dunque solitamente avviene “immaginando tecnologie mediali future intese come rimediazioni di quelle attuali. Anche se tali tecnologie futuristiche possono promettere di aggirare la mediazione, nei fatti non lo fanno” (ivi: 93- 94). Difatti, se da un lato nel film viene messa in scena questa “forma idealizzata di rimediazione, cioè una forma di immediatezza percettiva che agirebbe o cancellerebbe ogni forma di mediazione [...] al tempo stesso, il film presenta un mondo in cui i media e la mediazione sono ovunque” (ivi: 93).

Per questi motivi, è possibile leggere la premediazione cinematografica in termini di proiezione e *depurazione* (Latour) degli ibridi mediali che caratterizzano il nostro presente – e che ne impedirebbero l'esperienza immediata – in un futuro in cui questi stessi media – in virtù della loro pervasività e crescente trasparenza – finalmente costruirebbe il *medium* in cui immergersi e attraverso cui esperire direttamente il reale. Così, la premediazione cinematografica serve a dare *senso* positivo e direzione futura ad un sistema di media che già caratterizza il nostro presente.

Per questi stessi motivi, sarebbe invece necessario interpretare i media presenti non come intermediari trasparenti, metafore, segni premonitori del futuro, ma in quanto elementi già esistenti e presenti, in quanto *mediatori* (Latour), *metafore attive* (McLuhan), elementi *metonimici* (Baudrillard) di una realtà che già viviamo ed esperiamo: operatori a tutti gli effetti di una premediazione del futuro al contempo immediato e ipermediato già nel presente.

L'esempio di *Minority Report* (Spielberg 2002), ancora più esplicitamente di *Strange Days*, mentre proietta il desiderio di immediatezza del/nel futuro riconduce questo futuro alla realtà ipermediata del presente. In particolare, il film proietta nel futuro il ruolo di premediazione che già oggi i media assumono nel rendere l'avvenire una virtualità prevista, attualizzata e sventata nel tempo presente del loro utilizzo. Nello specifico del film, si tratta di una tecnologia capace di rilevare e registrare le visioni di tre cyborg (Pre-Cog), relative a omicidi che devono ancora avvenire – visioni utilizzate dall'unità anti-crimini proprio per prevenire e sventare che il delitto sia effettivamente compiuto.

Così, “analogamente a Bigelow, Spielberg immagina un medium tecnologico che funziona registrando le esperienze sensoriali o neuronali per poi consentirle di riprodurle” (Grusin 2017: 95), ma a differenza di *Strange Days*, “la tecnologia anziché catturare esperienze neuronali [del presente] per riprodurle nel futuro, cattura pre-cognizioni del futuro per riprodurle nel presente – al fine di prevenire che eventi registrati possano divenire storia reale” (ibid.). Le premediazioni dei Pre-Cog vengono monitorate in tempo reale e mostrate in una modalità ipermediata, esibite su schermi trasparenti interattivi, di cui ogni parte può essere ingrandita e rimpicciolita, connessi con un database collegato in rete che può essere esaminato e analizzato rapidamente (fig. 36), a conferma che “il futuro può essere rimediato prima che esso accada” (ivi: 96). In altre parole, *Minority Report* mostra come la premediazione del futuro non debba affatto avvenire attraverso un medium futuro che ricalchi e aumenti la trasparenza del medium cinematografico, ma possa avvenire attraverso rimediazioni dell'ipermedia che già caratterizza lo scenario mediale contemporaneo.



Fig. 36: *Minority Report*, ipermediazione delle immagini dei Pre-Cog.

Questa proiezione delle tecnologie presenti nel futuro implica sempre il movimento inverso di cattura e di premediazione del futuro nel presente. Come afferma Grusin, “La premediazione manifesta il desiderio che il futuro sia già sempre premediato attraverso una sorta di colonizzazione del futuro da parte dei dispositivi mediali” (ivi: 120) – ovvero “il desiderio di estendere nel futuro la nostra rete di tecnologie mediali, in modo che il futuro sia già rimediato nel momento in cui esso si attualizza nel presente” (ivi: 126).

Il cinema è proprio uno dei media principali attraverso cui assistiamo a questa colonizzazione dei media presenti nel futuro, necessari alla premediazione del futuro nel presente. Dopotutto, non solo i Pre-Cog e i *wire* rimediano le tecnologie del presente, ma lo stesso *Minority Report*, così come “*Strange days* partecipa ad una logica della premediazione perché rimedia pratiche e tecnologie mediali del futuro (ivi: 93).

In conclusione, possiamo affermare che non solo l’ipermediazione televisiva ma anche l’immediatezza cinematografica risponde “[al]le convenzioni emergenti della premediazione [che] prescrivono che il futuro venga premediato attraverso soluzioni che sono quasi indistinguibili da come il futuro verrà mediato nel momento in cui esso accadrà per davvero” (ivi: 119).

## 11.2. Immaginari del futuro, immagini del presente

L’analisi condotta nella sezione precedente ci spinge a superare la differenza strettamente legata alla specificità del medium e a ipotizzare una nuova categoria di analisi. Quella che traspare e va oltre la distinzione tra premediazione televisiva e cinematografica è più che altro la differenza tra la premediazione di un futuro inteso come scenario plausibile, probabile, se non addirittura certo –un futuro

inteso come realtà potenziale attualizzabile attraverso la sua premediazione nel presente – e la premediazione di futuro immaginario, *finzionale*, fantasioso – un futuro inteso come estensione e proiezione immaginativa a partire dalla realtà presente.

Si tratta di una differenza di genere, tra *news/reality* e *fiction*, che si astrae dalla specificità del medium (anche la televisione può fare fiction), in quanto effetto di un gioco di rimediazioni reciproche e comunque unificabile sotto la stessa logica della premediazione.

Immaginare il futuro è oramai al centro delle narrazioni medialità che ci circondano. Il nostro immaginario sul futuro mai come nell'ultimo decennio ha caratterizzato alcune delle produzioni, sia cinematografiche che televisive, più popolari e seguite, tese verso l'immaginazione della 'fine' non tanto del mondo, ma di *questo* mondo, vale a dire nel prospettare un futuro indissolubilmente legato al presente.

L'incertezza e l'insicurezza causate da un mondo che ci sembra di non riuscire più a controllare e dirigere, comporta inevitabilmente l'ansia per il suo avvenire. La paura di una fine inesorabile, ma anche l'attesa spasmodica per gli eventi che la causeranno, è così continuamente esorcizzata dalle narrazioni finzionali che caratterizzano lo scenario culturale e mediale contemporaneo. Sono narrazioni che ci rendono spettatori non solo del nostro futuro, ma dello spettacolo della nostra stessa cultura in cui questi immaginari circolano e di cui si nutrono.

Difatti, qualsiasi siano le coordinate temporali che in ciascuna di queste storie determinano il presente della narrazione, il futuro che si proietta ha in ogni caso a che fare con il modo in cui noi, qui e ora, riusciamo a immaginare il possibile che ci aspetta. L'immaginazione, nel momento in cui prova a narrare un futuro, è comunque definita dall'orizzonte del presente, dal momento che è impossibile immaginarne la completa alterità (Jameson 2005).

La nostra ipotesi è dunque che alcuni dei mondi finzionali che caratterizzano l'intrattenimento contemporaneo mettano in scena, più che un futuro vero e proprio, una sorta di presente alternativo. I mondi più o meno fantascientifici costituiscono un archivio, un repertorio di testi che, puntando al nostro presente, rielaborano la relazione complessa tra l'immaginazione come capacità effettiva non solo di pensare, ma anche di trasformare il mondo, e il divenire futuro della realtà storica.

È necessario iniziare proprio dalle categorie di immaginario e di immaginazione, definibili nella loro accezione più strettamente semiotica, dove l'immaginario stesso non è "un deposito di testi distinto da altre sfere, ma [si trova]



in stretta relazione con l'immaginazione e l'*imaging*" (Ortoleva 2011: 396), ovvero con quel supplemento di facoltà estetica che ci dà la possibilità di "sapersi allargare oltre i limiti dell'esperire immediato" (ibid.).

L'immaginario così inteso, e l'immaginazione a cui è connesso, ha certo una esistenza sincronica, ma riguarda soprattutto l'organizzazione della diacronia, di una particolare temporalità stratificata che lo rende un palinsesto, un deposito di forme pronte per essere attivate e riattivate in uno sforzo adattivo e trasformativo. La sua produttività è direttamente proporzionale alla sua potenzialità narrativa, alla possibilità di attingervi per costruire storie e scenari, per organizzare la nostra conoscenza, che è competenza, e dunque capacità di progettare le nostre azioni future, le nostre possibili performance.

In tal senso, il proposito degli immaginari è quello di costituire una memoria, di fornire alle culture che si trovano a innervare canovacci di storie e archivi di figure con cui ricostruire il proprio passato e per comprendere non solo il presente, ma i futuri, appunto, immaginabili e attualizzabili, in esso già contenuti. L'immaginario non è dunque semplicemente un insieme di rappresentazioni che permettono di dare forma visiva al significato, ma piuttosto una sorta di manuale di istruzioni volte all'azione, alla trasformazione a partire dall'esperienza del presente.

La dialettica tra l'aspetto paradigmatico e sintagmatico dell'immaginario diviene ancora più evidente e pregnante quando questo è relativo a un futuro catastrofico, capace di mettere a repentaglio la linearità della nostra esperienza del reale e la coerenza dell'ecosistema di cui e attraverso cui si fa esperienza.

Questo futuro immaginario apocalittico può essere difatti concepito allo stesso tempo, (1) come un momento "nell'asse sintagmatico della narrazione. Il suo essere un 'rivolgimento', cambio di direzione [...] si potrebbe descrivere con la metafora lotmaniana dell'esplosione [...] un punto sull'asse sintagmatico che apre un infinito paradigma di possibilità future. (Cassone, Thibault, Surace 2018: 16); (2) come un elemento paradigmatico del presente stesso, laddove, l'istanza distruttiva della catastrofe è anche occasione di offrire uno *spaccato* di una cultura o di una società che ne evidenzia le sue fragilità, ma anche le sue caratteristiche (ivi: 18), dal momento che, "l'organizzazione sociale diventa evidente (*saliente*) solamente quando cessa di funzionare: il collasso catastrofico delle strutture sociali non fa che portarne l'esistenza in superficie [...] quando tale significanza venga indebolita o assorbita dalla banalità del quotidiano – in attesa che l'evento catastrofico la riscuota e ravvivi. (ibid.).

Dunque, se da un lato la catastrofe è momento “esplosivo” di una cultura, il suo racconto può fungere, utilizzando un altro termine lotmaniano, da strumento “autodescrittivo”, volto ad accrescerne la capacità di resilienza e di immunizzazione. Le narrazioni catastrofiche sono cioè capaci di sfruttare le criticità, l'immediatezza, che esse stesse contribuiscono a fare emergere, come elementi per la salvaguardia dell'ordine sociale e culturale nel suo complesso. Una strategia che Barthes già rilevava nella sua celebre analisi dei miti:

Insinuare nell'Ordine lo spettacolo compiacente delle sue tirannie, è divenuto ormai un mezzo paradossale per rafforzarlo. Ecco lo schema di questa nuova dimostrazione: prendere il valore d'ordine che si vuole restaurare o sviluppare, manifestare dapprima e a lungo le sue meschinità, le ingiustizie che produce, i soprusi che suscita, immergerlo nella sua imperfezione di natura; poi all'ultimo momento salvarlo malgrado o piuttosto con la pesante fatalità delle sue tare. (Barthes 1957: 41)

Ed è proprio su questo aspetto paradigmatico e mitologico che vogliamo ulteriormente focalizzare l'attenzione, cercando di mettere in evidenza come gli immaginari futuri costituiscano strumenti per la rielaborazione dell'ordine presente. Una rielaborazione che si attualizza non solo a livello delle strutture discorsive, narrative e ideologiche, ma anche sul piano delle loro concrete forme mediali di circolazione e consumo.

Secondo Ortoleva (2018), i discorsi sul futuro e sulla fine si ripresentano non a caso come miti “a bassa intensità”, in cui l'immaginario rafforza ed esplicita il suo ruolo narrativo pedagogico, la sua funzione e capacità di modellare e programmare l'esperienza e l'azione presente. I miti si presentano così come “uno spazio/tempo che non appartiene né al passato assoluto dei miti classici né a un mondo ‘totalmente altro’ [...] bensì a un ambiente che è quasi *programmaticamente* il nostro, e a un tempo che può essere pure nostro contemporaneo” (ivi: 41, corsivo nostro).

Il meccanismo semiotico e mediale della premediazione si pone proprio all'incrocio tra le coppie di relazioni analizzate sinora: tra esasperazione catastrofica dell'ordine delle cose, e “inoculazione” della necessità dello stesso ordine esistente come unica ancora di salvezza; tra immaginario futuro ed esperienza concreta del presente.

La premediazione difatti non si limita a simulare e anticipare un mondo in cui agli attori del racconto accade quello che potrebbe accadere un giorno alle spettatrici, ma qualcosa che già sta accadendo. Il punto di contatto tra immaginario

futuro e realtà presente è dato proprio dai media di questa esperienza del futuro nel presente.

Una delle principali strategie consiste nel moltiplicare e, al contempo, far coincidere la presenza e il ruolo dei media lungo diversi piani del testo. Non è dunque un caso che, negli oggetti che abbiamo preso in esame, il racconto sul futuro ha come attori protagonisti gli stessi media che sono usati per il suo consumo da parte dell'attante spettatore, ovvero le stesse tecnologie che sono usati per attivare la funzione di premediazione del racconto. In altre parole, l'immaginario premediato è popolato dai media in qualità oggetti e soggetti al tempo stesso, come modo sia di immaginare il futuro e come possibilità di viverlo nel presente.

Sono numerosi i testi mediali in cui l'ambientazione futura si presenta semplicemente come un riflesso amplificato (spesso distopico) della nostra attuale condizione post-mediale: si pensi a *Wall-e* (2008), dove il robot protagonista del futuro post-apocalittico sviluppa competenze estetiche e immaginative attraverso oggetti legati ad una cultura mediale (tra i quali videocassette e prodotti di merchandising Disney-Pixar), ovvero gli stessi oggetti mediali attraverso cui lo spettatore sta consumando ed sperando l'immaginario futuro esperito dallo stesso Wall-e. Si tratta di un meccanismo di riflessione esibito in maniera ancora più evidente dall'intera saga di *Black Mirror* (2011 - 2020), dove le tecnologie protagoniste del futuro distopico sono rimediazioni dei media attraverso cui si guarda l'episodio.

Talvolta, ciò che viene fatto riflettere nell'immaginario futuro è più nello specifico lo stesso ruolo di premediazione che i media assumono per noi nel presente – come avviene nel già citato *Minority report*, o in alcuni classici del cinema catastrofico come *Twister* (1996), *Deep impact* (1998) e *The day after tomorrow* (2004), in cui, su un piano immanente al racconto, sono immagini televisive, satellitari o digitali a pre-mediare l'imminente avvenimento della misfatto o della catastrofe.

In alcuni casi più rari, questa riflessione avviene a distanza più ravvicinata, come quando ciò che viene simulato e marcato è il ruolo di (pre)mediazione che uno specifico medium svolge non solo in riferimento al personaggio dell'immaginario futuro, ma allo stesso spettatore al di fuori di esso – si pensi ad esempi come *The remaining* (2014), o al più celebre *Cloverfield* (2008), in cui la telecamera amatoriale attraverso cui i protagonisti riprendono gli eventi non offre una prospettiva esterna, appunto mediata, sulla catastrofe, ma cattura il personaggio all'interno dello stesso evento catastrofico nel momento esatto in cui

sta avvenendo<sup>121</sup> (fig. 37). Questo punto di vista interno alla catastrofe è lo stesso assunto/subito dallo spettatore, laddove la superficie dello schermo della telecamera nel racconto coincide per tutta la durata del film con quella dello schermo televisivo. In questo modo, ciò che viene simulato è l'attualizzazione immediata dell'avvenimento premediato nel momento stesso della sua visione da parte dello spettatore.



Fig. 37: *Cloverfield*, punto di vista interno.

Secondo Alovisio (2018), questi punti di vista *occupati* sull'apocalisse sono una risposta alla limitazione secondo cui la catastrofe autentica può essere esperita solo a distanza, da fuori, come pura immagine che prelude e sopravvive alla distruzione materiale di ciò che inscena. Tali visioni interne alla catastrofe, al contrario, ribadiscono la potenza dei media, la capacità di *presenziare* attivamente nello scenario rappresentato e di integrare lo stesso spettatore all'interno dell'immaginario. In questi casi, solitamente, alla classica disgregazione materiale dell'oggetto in scena si sovrappone la dissoluzione dell'immagine mediale stessa, la cui catastrofe viene a coincidere quello dello spettatore – è questo il senso della trasmissione televisiva che proseguirà “fino alla fine” del mondo, in *4.44. Ultimo giorno sulla Terra* (2011), “un'estrema figurazione dello schermo televisivo come focolare domestico che sceglie di spegnersi con il proprio pubblico” (ivi 113).

---

<sup>121</sup> A dimostrazione del fatto che l'immediatezza e l'autenticità dell'esperienza accresce in funzione della sua ipermediazione, o perlomeno del carattere marcato, opaco del medium – in questo caso la telecamera - attraverso cui la catastrofe è esperita.

### 11.3. L'immaginario futuro seriale

L'attenzione data alla riflessività tra immagine/immaginario della catastrofe e catastrofe dell'immagine è sicuramente utile ad evidenziare alcuni dei meccanismi tipici della premediazione. Tuttavia, la premediazione non si attualizza esclusivamente marcando e simulando la riflessività tra il ruolo dei media all'interno dell'immaginario futuro e la loro presenza e funzione nell'esperienza di consumo di questo stesso immaginario. Difatti, oltre ad un lavoro di simulazione sulla *sostanza* dell'espressione e del contenuto mediale, è spesso il gioco sulla loro *forma* seriale a rendere effettivo il meccanismo della premediazione.

Mentre gli immaginari futuri apocalittici hanno avuto grande successo in letteratura e al cinema, la moltiplicazioni di narrazioni seriali televisive di scenari distopici – comunque ascrivibili al fenomeno della premediazione - è fenomeno degli ultimi anni. Come sottolinea anche Fabio Deotto (2018): “Negli ultimi anni le distopie hanno registrato una vera e propria esplosione, in ambito letterario e cinematografico. Per contro, hanno impiegato molto più tempo ad attecchire nel mondo della serialità televisiva”. E sulle ragioni di questo ritardo, Deotto cita l'ipotesi di Evan Kindley (2018), secondo cui:

Le narrazioni distopiche tendono ad avere un tono piatto: la loro priorità è mostrare quanto le cose siano intollerabili, e questo impedisce una vera varietà scenica o l'utilizzo di intermezzi comici. Inoltre, è difficile che possano incardinarsi su un personaggio, dal momento che il tipico protagonista distopico (pensiamo a Winston Smith di 1984) è più che altro un testimone della sofferenza diffusa nel mondo narrato.

Non sono infatti rari i casi in cui l'adattamento di un classico della letteratura distopica non ha avuto successo, come nel caso del flop registrato dalla serie “Fahrenheit 451” ad opera di Ramin Bahrani (HBO, 2018), in cui il racconto distopico finisce per appiattirsi su un canone stereotipico:

Governi dispotici, cittadini che si affidano a un solo canale di informazione (spesso televisivo), nuove droghe diffuse come farmaci da mutua, una rigida suddivisione in classi e libertà d'espressione soppressa senza troppe proteste da parte della popolazione. Il futuro proiettato è quasi sempre oscuro, terrificante, con esagerazioni che possono funzionare a livello concettuale e visivo ma risultano del tutto implausibili. (Deotto 2018)

In questa serie il futuro mostrato “ha superato la data di scadenza”, nell’utilizzo di “vecchi stilemi” che “proiettano ombre di una immaginazione passata” (ibid.). E forse non è allora un caso che le serie distopiche contemporanee che incontrano invece il favore del pubblico siano narrazioni speculative che adottano nuove formule, proiettate al futuro, ma ancorate all’attualità, all’esperienza soggettiva delle spettatrici. La distopia è un futuro – o un presente alternativo - che deve mostrare una comprensione critica e plausibile delle paure e delle paranoie del presente a cui si rivolge.

In questo panorama, la serie “Black Mirror” viene non a caso citata come esempio virtuoso, in cui la scelta antologica si è tra l’altro rivelata efficace, fornendo lo spazio per il recupero di elementi tradizionali dei vecchi telefilm, e al tempo stesso rappresentando un luogo testuale di innovazione e sperimentazione con largo spazio per la presenza dell’istanza autoriale.

Una vicenda circoscritta può avere maggiore forza, maggiore incisività, oltre al pregio di poter essere fruita in qualsiasi momento, indipendentemente da una sequenza prestabilita di episodi, anche a distanza di tempo dalla precedente e, per assurdo, anche come unica esperienza legata alla serie. *Black Mirror* avrebbe cioè inaugurato l’età dell’oro della distopia televisiva, dimostrando come questo genere possa funzionare anche con un’impostazione seriale. Come sostiene ancora Deotto (2018):

Charlie Brooker è riuscito a confezionare delle mini-pellicole autoconclusive, ognuna delle quali prende una tendenza ravvisabile nel presente (il cyberbullismo, il rapporto con la memoria, l’influenza dei social media sull’identità personale, la scomparsa della privacy, gli studi per la digitalizzazione delle coscienze) e la fa esplodere in un contesto narrativo realistico, lasciando da parte la macropolitica per esplorare la dimensione esistenziale del singolo.

Il *world building* al centro di queste narrazioni distopiche – ovvero la costruzione di una realtà alternativa, o semplicemente di una alternativa alla realtà - parrebbe così estremamente efficace. La configurazione di questi mondi, dalle temporalità diverse e intrecciate e dagli spazi finemente dettagliati, permettono in altri termini un profondo ancoraggio dei temi, dei personaggi e degli spettatori in un costruito semiotico spazio-temporale ben definito.

È bene specificare che i testi che presentano mondi finzionali complessi si aprono al mondo reale soprattutto perché capaci di riflettere le pratiche del loro consumo mediale e, in particolare, la loro estetica seriale sulla base del quale il mondo immaginario si configura e consuma. Come visto in precedenza, gli

immaginari predispongono istruzioni e modelli per l'esperienza estetica nel/del presente, all'interno della quale rientra la stessa esperienza di consumo mediale di questi immaginari premediati. In altre parole, i futuri premediati forniscono alla spettatrice, in qualità di attante-soggetto, la competenza necessaria per portare a termine il programma narrativo relativo al loro stesso consumo nel presente.

Più che di competenza è forse necessario parlare di una manipolazione dello spettatore/consumatore in quanto strategia prevista dal testo stesso. È in questo modo che la premediazione attualizza gli immaginari futuri nel momento stesso della loro messa in discorso e del loro consumo mediale da parte dello spettatore. Tale competenza, ancora di più rispetto alle serie antologiche, si sviluppa attraverso la visione delle cosiddette serie serializzate.

Molti degli immaginari premediati sono collocati a seguito di un episodio catastrofico/apocalittico (l'esplosione lotmaniana) che costringe il mondo immaginario a ridefinire le proprie condizioni di possibilità, facendo emergere la necessità di nuove prese estetiche rispetto a quelle attraverso cui siamo solite esperire la realtà, il nostro mondo (cfr. Santangelo 2018) .

Se in questi prodotti non è sin da subito possibile riscontrare un'analogia tra immaginario premediato e la realtà presente in cui questo viene consumato, ad uno sguardo più vicino sono proprio le logiche di funzionamento del mondo immaginario a coincidere con le logiche della sua esperienza e del suo consumo serializzato.

Il mondo immaginario, apocalittico o post-apocalittico “perde coesione e coerenza; dei suoi frammenti si fa carico lo spettatore, a cui rimane il piacere neobarocco di perdersi e vagabondare nei labirinti del testo” (Basso-Fossali 2008: 20). Questa operazione di rielaborazione si esemplifica oggi attraverso quei meccanismi tipici del consumo della serialità complessa che abbiamo analizzato in precedenza (cfr. 9.3).

Il gioco sulle forme della serialità, fatto di flashback e prolessi, stati onirici, *what if*, visioni multiprospettiche, *drillability*, ermeneutica perpetuata - che risulta evidente proprio nelle logiche dei mondi post-apocalittici – può inizialmente disorientare lo spettatore. Tuttavia, questi mondi non sono mai prodotti già dati una volta per tutte, ma sono l'esito di un processo di costruzione interattiva, che si estende sia nel tempo che nello spazio, attraverso la visione seriale e transmediale da parte dello stesso spettatore. Nella progressiva esplicazione delle logiche del mondo immaginario, lo spettatore è così portato a riconoscere e ripercorrere i propri passi, che l'hanno portato alla progressiva esplorazione e costruzione di quell'immaginario. In altre parole, la competenza fornitaci dal mondo immaginario

premediato non è nient'altro che una manipolazione dello spettatore al consumo seriale e transmediale, finalizzata all'attualizzazione dello stesso mondo futuro nel presente.

Da una parte, la premediazione si presenta come un'estensione o proiezione del presente in un immaginario futuro. D'altra parte, questa proiezione futura riflette retroattivamente il proprio consumo mediale nella realtà presente. Così, il desiderio di immediatezza che si cerca nella premediazione cinematografica e televisiva, o più propriamente seriale, di un immaginario apocalittico è esaudito solo a costo di un sua esperienza di consumo mediata e spesso ipermediata: è questa la doppia logica costitutiva della premediazione.

Difatti, l'immediatezza, come sfogo all'ideologia dominante della premediazione post 11 settembre, è sempre e solo possibile in relazione all'ipermediazione, capace a sua volta di ristabilire una certa distanza e autonomia feticistica dell'immaginario futuro o mitico dall'esperienza immediata del presente. Nelle parole di Ortoleva (2018: 47-52),

[se] l'avvicinarsi del mito al vissuto sembra ridurne in certo senso la miticità [...] I miti contemporanei sono in realtà animati da un duplice movimento, che da un lato porta i grandi temi mitici verso l'assorbimento nell'esperienza ordinaria, ma dall'altro spinge la realtà vissuta verso una dimensione altra [...] il mito invade letteralmente i luoghi e perfino i vestiti del quotidiano [...] Quanto di più vicino al mondo ordinario, nei luoghi e perfino nel vestiario, e insieme quanto di più 'altro', così altro da non permettere nessuna forma di contatto.

#### 11.4. Mandela non deve morire

Cosa succede quando lo scenario distopico, solitamente proiettato narrativamente in un mondo altro e futuro, viene invece costruito e valorizzato come immagine fedele del reale?

Anche il discorso scientifico negli ultimi ha fatto grande uso di narrazioni seriali e transmediali per divulgare i propri contenuti e le proprie ricostruzioni della realtà. Si tratta di un'operazione che trova la propria legittimazione e la propria validità scientifica nella capacità della forma seriale di dare un senso coerente alla nostra esperienza nell'ambiente ipermediale che costituisce la nostra realtà oggi. Dopotutto, gli ecosistemi narrativi che si sviluppano a partire da queste narrazioni seriali sono divenuti progressivamente il vero *medium* della nostra esperienza quotidiana (cfr. 9.3).



Tuttavia, non è solo il discorso più propriamente scientifico ad avvalersi di questa strategia. Anche le speculazioni più distorte sulla realtà presente avvengono sempre di più attraverso questo tipo di narrazioni seriali e, in particolar modo, attraverso la configurazioni di mondi e immaginari, che acquisiscono coerenza, valore (pseudo)scientifico, ed effetto di realtà grazie alla loro specifica modalità narrativa e mediale di costruzione e sviluppo.

Come già detto, questi mondi, per quanto assurdi, distorti, paralleli, immaginari, futuri o passati, non sono dati una volta per tutte, ma sono frutto di un processo di *world building* che avviene durante il tempo presente della loro visione ed esperienza nella realtà al di qua degli schermi, e attraverso il coinvolgimento attivo del proprio pubblico. Si tratta appunto di “miti a bassa intensità” che, nel costruire un mondo parallelo, al contempo, si danno al mondo reale del loro consumo, del loro consumo, della loro produzione e riproduzione attraverso i media.

Che si tratti di science-fiction, di divulgazione più strettamente scientifica, o di teorie del complotto che affermano o aspirano a una qualsiasi scientificità, poco conta: si tratta comunque di cronotopi che maturano una certa verità e realtà concreta in quanto luoghi comuni di esperienza mediale e, proprio per questo, reale.

Sono molte le pagine *facebook* o i canali *YouTube* – per rimanere proprio a un livello superficiale del *deepweb* - che presentano e, in molti casi, promuovono teorie cospirazioniste e complottiste, screditando e certe volte avvalendosi in maniera strumentale di fonti scientifiche e istituzionali. Dato il vasto seguito di molti di questi canali e delle figure che li gestiscono (spesso *influencer* di professione), i contenuti audiovisivi pubblicati favoriscono la creazione e la rapida diffusione di teorie del complotto, tra le più svariate. Per di più, i video sono spesso ricondivisi dagli user su altri canali mediali, contribuendo così ad allargare ulteriormente l’orizzonte di questi racconti e dei relativi mondi paralleli.

A tale proposito, voglio portare l’esempio di una teoria del complotto dal contenuto assai singolare ma assolutamente emblematica per via del sua costruzione e del suo sviluppo. Si tratta del cosiddetto *Mandela effect*. Agli inizi degli anni ’10, una donna statunitense, Fiona Broome, con grande stupore scopre che Nelson Mandela è ancora vivo – sarebbe morto da lì a qualche anno. Tuttavia, Fiona sostiene di ricordare con assoluta certezza la morte dell’ex Presidente sudafricano, avvenuta stando al ricordo della donna negli anni ’80. In particolare, Fiona ha memoria della notizia della morte di Mandela diffusa a gran voce dei media e, addirittura, vaghi ricordi del suo funerale trasmesso in mondovisione.

Non rassegnandosi all'evidenza dei fatti, che vedevano l'allora leader della lotta contro l'apartheid ancora in vita, la signora Broome decide di creare un sito internet dove condivide la sua singolare esperienza; non solo, anche la sua ancora più singolare teoria a spiegazione del mistero: deve esistere un altro universo, un mondo parallelo, in cui Mandela è già morto, e un mondo cosiddetto "reale" in cui invece Mandela è tuttora vivo. In barba ad una cospirazione segreta che ha rimpiazzato il vecchio mondo con quello in cui viviamo oggi, Fiona ha invece ricordo di questa sua esperienza, vita o mondo passato ed è pronta a rivelare a tutto il mondo la sua verità.

Il sito web ottiene in breve tempo un gran successo e si scopre che l'esperienza e il ricordo di Fiona non è poi così singolare: sono moltissimi gli utenti che affermano di avere in mente le immagini del funerale di Mandela, o perlomeno di ricordare la notizia della sua morte. Non solo: viene fuori che ci sono tante altre "false memorie" condivise (o vere memorie di fronte ad una realtà distorta e manipolata) da moltissimi/e utenti su eventi, versi di canzoni e frasi di film, loghi e immagini e, in generale, su tutta una serie di oggetti e testi medialti (fig. 38). Assieme a queste esperienze e memorie inizia a circolare varie versioni della teoria dei mondi paralleli, secondo le quali le cose erano, o in realtà sono tuttora, diverse da quelle che la cosiddetta realtà vuole farci credere.



Fig. 38: alcuni esempi di false memorie condivise.

Analizzando la questione emerge che infondo l'effetto Mandela gioca (e vince) con le stesse regole del discorso scientifico più istituzionale che si propone di screditare l'assurdità di questa teoria. È una teoria della cospirazione che

contrappone un mondo reale a un mondo parallelo, invertendo a proprio vantaggio l'evidenza (scientifica) di una mancata corrispondenza tra questi due universi.

L'ipotesi, o perlomeno, il suggerimento che si vuole avanzare è il seguente: probabilmente non è opportuno e nemmeno efficace screditare le teorie del complotto dimenandosi e sbraitando di fronte la loro evidente incongruenza con la realtà (strategia che come visto può essere usata da queste stesse teorie a proprio favore); al contrario, è forse necessario riconoscere la "realtà" di queste teorie e dei relativi mondi paralleli, come oggetti sociali e mediali che a tutti gli effetti circolano ed esistono all'interno delle nostre reti e dei nostri discorsi. Ovviamente non si tratta della realtà del contenuto della narrazione, di un mondo già dato, ma del modo in cui queste narrazioni prendono forma, configurando mondi immaginari proprio attraverso la loro circolazione e diffusione mediale e transmediale.

Per decostruire il mondo parallelo è prima necessario comprendere e far comprendere la modalità della sua costruzione. Dopo tutto, l'abbiamo visto a più riprese, non è tanto la rivelazione della realtà ciò che motiva la fede fanatica in queste teorie, ma l'artificio attraverso cui questa realtà viene continuamente rivelata a divenire il vero oggetto di un culto feticistico.

#### 11.5. L'archeologia (del futuro) dei media

Non appena l'immaginario futuro viene riportato alla dimensione della sua esperienza concreta nel presente sembra estraniarsi nuovamente. Difatti, ciò che sembra essere il nostro tempo presente di esperienza attraverso e dei media, costituisce più che altro una temporalità operativa autonoma di questi. I media, attraverso le loro catene di connessioni formali e materiali, costituiscono un ambiente totale, il cui modello tecnologico è ciò che ne genera la propria (iper)realtà e temporalità.

Tale ipotesi è supportata dall'archeologia dei media<sup>122</sup>: un campo disciplinare che, seppur estremamente eterogeneo, è accomunato dall'attenzione posta ai modelli di funzionamento e operatività dei media, indipendentemente dalla funzione e dal valore che essi assumono antropologicamente e culturalmente. Secondo Olsen (2003), "Gli archeologi dovrebbero unirsi in difesa di quegli elementi subalterni della collettività che sono stati silenziati e 'estraniati' [...] dall'imperialismo del discorso sociale e umanista [...] Questa storia non è narrata,

---

<sup>122</sup> Per un'introduzione all'archeologia dei media, si veda Huhtamo e Parikka (2011), Parikka (2012), Natale (2012b) e Fidotta e Mariani (2018).

ma ci arriva come resti materiali silenti, tangibili, visibili, grezzi.” (ivi: 100); sullo stessa questione Zielinski (1996: 44) afferma che, “L’archeologia dei media necessita di essere eseguita, non costruita come una narrazione”.

Questa prospettiva è applicata soprattutto alla questione del tempo, ovviamente fondamentale per un approccio archeologico, che si pone l’obiettivo di tracciare e ricostruire vecchie e nuove connessioni temporali tra media di diverse epoche. In questo quadro teorico, la necessità è quella di distinguere tra una macro-temporalità dei media, di carattere storico, legata alla loro funzione socio-culturale, e una micro-temporalità specifica, legata al loro funzionamento tecnico-operativo: “Piuttosto che un progetto storico, la ‘diagrammatica operativa’ riguarda il contatto con i media nella loro radicale operatività e temporalità [...] è solo nel momento della loro articolazione attiva del tempo che i media sono vivi e diventano in questo senso archeologici – connettendo temporalità in modo trans-storico” (Parikka 2012: 63) – e ancora, “Non c’è nessuna differenza ‘storica’ nel funzionamento di un apparato ora e allora (e non ci sarà) [...] piuttosto c’è un cortocircuito media-archeologico tra tempi altrimenti storicamente separati in modo netto” (Ernst 2011: 240).

Dunque, il collegamento tra media di epoche diverse non avviene attraverso un approccio storico, teleologico, se vogliamo semiotico/metaforico (presentificazione dell’assenza), ma attraverso una contiguità metonimica, indicale, volta a riscoprire le tracce materiali dei media, la durata della loro presenza: difatti, “Ciò che può essere chiamata ‘presenza’ – il modo non rappresentabile in cui il passato è presente nel presente – è perlomeno importante quanto il suo ‘significato.’” (Runia 2006: 1). Sulla stessa questione, Sobchack (2011: 324) precisa che,

La presenza è definita come il trasferimento o passaggio trans-storico di frammenti o tracce metonimiche e materiali del passato attraverso il tempo sino al ‘qui e ora’ – dove e quando queste possono essere attivate e così realizzate nuovamente attraverso il loro impiego pratico e operativo [...] tale senso di presenza emerge da elementi epistemologici ed estetici implicati non in un discorso teorico e interpretativo, ma in una pratica e una conoscenza operativa (e necessariamente corporea).

Il supporto dell’archeologia dei media ci spinge ad andare oltre la discrezione dei tempi della storia, per focalizzarci sulle temporalità. Si tratta di quegli aspetti che riguardano da vicino, si potrebbe dire da dentro, i media e le condizioni immanenti del loro funzionamento. È proprio l’attenzione verso questa aspetto temporale ciò che ci permette di utilizzare la pratica archeologica anche nel nostro

caso: una sorta di archeologia del futuro dei media. Il tentativo è quello di comprendere come gli immaginari mediali futuri si attualizzino, manifestino la loro *presenza* nel momento stesso della loro premediazione.

Dunque, la premediazione del futuro (dei media) non si dà attraverso una loro proiezione o rappresentazione immaginaria, ma tramite una sua continua attualizzazione *immediata*: ovvero sincronica all'esperienza del consumo (iper)mediale di quel futuro nel presente.

La serializzazione e iteratività del consumo mediale, sino alla sua completa dilatazione e duratività esperienziale, portano così ad un collasso tra diversi tempi, a cui tuttavia facciamo fatica a dare un senso, una finalità umana. Se gli immaginari futuri premediati continuano a costituire alterità e a suscitare estraneità non è perché appunto futuri o immaginari, ma piuttosto perché appartenenti ad un presente altro o alternativo. È come un *punctum*, laddove una traccia o un frammento di un altro tempo,

[...] penetra inspiegabilmente la temporalità (e la comprensione) del quotidiano, non solo attraverso il suo improvviso 'essere lì' [...] ma anche attraverso il suo sfidare e cambiare radicalmente e retrospettivamente l'ordine delle cose [...] una rivelazione che va oltre la divisione tra passato, presente e futuro [...] che porta alla coscienza l'esistenza di un'alterità' presente, riconosciuta come differenza localizzata, tuttavia distinguibile e distante, dall'ordine delle cose che costituisce il mondo quotidiano che intimamente viviamo come "presente". (Sobchack 2011: 324-6)

Tuttavia risulta necessario ribadire alcuni punti. L'archeologia dei media, proprio nella tendenza a tagliare fuori l'aspetto culturale dei media, per certi versi banalizza e accusa di feticismo la rilevanza che gli stessi media assumono nel determinare la nostra cultura, mettendo a rischio il proprio fondamento teorico e la propria finalità pratica. Nella prospettiva archeologica, il discorso culturale, sociale e teleologico sui media risulta essere un mero riflesso ideologico della loro struttura materiale. Così, è proprio la finalità umana data ai media a costituire un valore ideologico, feticizzato, che non permette di riconoscerne il loro valore "naturale", il proprio fondamento strettamente mediale.

Di questo curioso capovolgimento della dialettica marxista, ne viene comunque conservato il fondamento logico e l'esito feticistico. Difatti, una volta affermata l'autonomia dei media e della loro operatività, sono gli stessi media ad acquisire sembianze umane, talvolta anche divine, altre volte addirittura mostruose,

che ne aumentano il fascino feticistico, rendendoli oggetto di storie e miti, e caricandoli così di significati culturali e sociali.

Ciò è dovuto all'incapacità di comprendere come nelle loro estensioni spaziali e temporali, nel passato e nel futuro, i media non si associano esclusivamente ad altrettanti dispositivi strettamente tecnici, ma a degli ambiente esperienziali *tout court*, mediali e culturali – ed è solo per via di questo legame complesso, che ciascun esternalizzazione può nuovamente convergere (attra)verso il medium della sua esperienza, accrescendone la coerenza interna.

Si tratta di un meccanismo che può essere compreso attraverso la logica della rimediazione e della premediazione, piuttosto che attraverso un'archeologia del passato dei media o del loro futuro. Certo, ciò non riduce affatto la dose di feticismo verso i media, ma almeno ci evita il lavoro di scavo alla ricerca vana della verità che si cela dietro il loro fascino, lasciandoci semplicemente godere di questo.

#### 11.6. Tipologia dell'immaginario

Sulla base degli ordini dei simulacri, Baudrillard (con Evans 1991) sviluppa una tipologia degli immaginari finzionali, di fantasia e fantascienza:

- 1) Al primo ordine, quello della rappresentazione del reale e della sua contraffazione, corrisponde l'immaginario dell'utopia; in questo stadio, la distanza tra realtà e immaginario è massima, dal momento che il mondo rappresentato e immaginato è frutto di una proiezione in una dimensione che trascende totalmente il mondo reale, al punto da essere definito come un non-luogo: una *utopia* appunto.
- 2) Al secondo ordine della produzione corrisponde la *science-fiction* in senso stretto; la distanza è notevolmente ridotta, dal momento che questo immaginario consiste in “una proiezione *stravagante*, ma qualitativamente non differente dal mondo reale della produzione” (ivi: 309). Si tratta della messa in scena dell'attività prometeica dell'essere umano, creatrice e trasformatrice del mondo, ovvero del modo in cui si cerca – non sempre con successo - di raggiungere e costruire il mondo utopico a partire da quello reale. Proprio nella riflessione sul proprio modo di produzione, l'utopia rischia di dare luogo a “una contro-utopia (o distopia) [...] un'utopia al contrario: nel forzare la perfezione la si conduce al suo contrario; i *mezzi* sovrastano i fini, li

squalificano” (Horrein, 2018: 89, *corsivo mio*). Non è quindi un caso che la maggior parte degli immaginari fantascientifici assuma un carattere distopico, proprio perché concentrata riflessivamente su quegli stessi *mezzi* – tecnologie e più specificamente *media* - che operano il passaggio tra reale e immaginario utopico/distopico. Quello della science-fiction è dunque l’immaginario relativo alla realtà delle macchine, dei robot, del progresso industriale e scientifico che può prendere una pluralità di direzioni e di esiti: “nell’universo limitato dell’era preindustriale, l’utopia contrapponeva un mondo ideale alternativo. Nell’universo potenzialmente senza limiti della produzione, la science-fiction amplifica il mondo moltiplicandone le proprie possibilità” (ivi: 310). A tale proposito, come sottolinea Schmeink (2016), la fantascienza nei suoi contorni distopici si sta trasformando in qualcosa di più di un genere narrativo, per divenire una categoria epistemologica, un *mode of response*: una modalità non solo di comprensione del mondo, ma anche di elaborazione di un possibile intervento sul mondo stesso, attraverso cui definiamo la nostra stessa esperienza.

- 3) Al terzo ordine, quello della riproduzione e del modello, non corrisponde più alcun immaginario vero e proprio. La distanza è annullata: l’immagine ha assorbito il proprio immaginario e la propria referenza al reale. Essa stessa è un’apprensione del reale da cui non è possibile estrapolare alcuna fiction. Come in *CSI* (2000-2015), l’unica *scena* possibile è quella del crimine, del *delitto perfetto* del reale<sup>123</sup>; il tentativo estremo, parodico, è di riportare in vita la realtà, di rimetterla al mondo, di *ricrearla* attraverso l’*oscenità* delle immagini digitali e feticce che ne esplorano ed esibiscono l’iperrealtà: “cercando di ricostruire in vitro e in profondità sino ai suoi più piccoli dettagli i vari episodi dei giorni passati [...] ora niente distingue questa gestione-manipolazione dalla realtà stessa; non c’è più finzione” (Baudrillard e Evans 1991: 310). Si passa dall’utopia dell’immaginario alla sua realizzazione nella distopia del reality show: una realtà che ha ormai superato la finzione, ma a sua volta sorpassata dal proprio modello televisivo, di cui diviene un banale pretesto.

---

<sup>123</sup> Il riferimento è al sopracitato libro di Baudrillard, *Il delitto perfetto* (1995).

Nella successione degli ordini, la realtà passa dall'essere principio e riferimento dell'immaginario simulacrale a costituirne a sua volta un simulacro di riferimento, una sorta di alibi referenziale altrettanto simulato<sup>124</sup>:

- 1) Nel primo stadio, siamo ancora nella logica della rappresentazione: l'immaginario utopico costituisce la propria identità, il proprio statuto di immaginario, in opposizione alla realtà di cui è un riflesso e a cui continuamente rimanda.
- 2) Nel secondo stadio, la science fiction, nonostante il proprio aspetto finzionale, costituisce invero una parte significativa del reale, il segno di una sua estensione potenziale; si tratta di un'esternalizzazione necessaria alla dialettica del reale: un prodotto sì finzionale, ma funzionale alla produzione della realtà. Dalla rappresentazione si passa così all'estensione e all'espansione del reale attraverso i media: una logica che si esplica attraverso molti degli immaginari fantascientifici, nell'ideologia positivista e coloniale dell'esplorazione e della conquista del mondo e dello spazio esterno [*verso l'infinito e oltre*].
- 3) Nel terzo stadio, è invece il reale a divenire parte integrata del proprio immaginario, a costituirsi come valore differenziale e ideologico indifferente alla propria riproduzione mediale, alla propria continua rimediazione. L'intera dialettica tra reale e immaginario viene dissolta e integrata strumentalmente all'interno del codice che ne mediava i rispettivi domini e che ora invece ne determina la convergenza verso una comune condizione di simulazione e iperrealità. Non è più il reale a mistificarsi dietro l'immaginario utopico (primo stadio), o ad essere prodotto (attra)verso la propria fantasia esploratrice (secondo stadio); ora è l'immaginario a costituire direttamente la (propria) realtà. Si pensi alla definizione e costituzione degli ecosistemi narrativi, la cui esperienza immersiva e immediata non è data attraverso la trasparenza della proiezione verso un immaginario altro, ma attraverso il proprio consumo seriale e transmediale, ovvero attraverso l'integrazione della realtà ipermediata

---

<sup>124</sup> Questa dinamica è omologa a quella dell'economia politica. In un primo stadio, dietro al fascino feticistico della merce, si nasconde il valore d'uso, fondamento materiale e mistificato del valore di scambio ideologico. Nello stadio successivo della produzione il valore d'uso non rappresenta più una realtà originaria, un principio naturale, ma è prodotto in relazione dialettica con il valore di scambio, secondo la legge mercantile del valore. Nel terzo stadio, infine, è il valore d'uso ad essere pretesto, alibi referenziale, per la riproduzione del sistema del valore di scambio a cui è integrato e omologato; è in questo stadio che è possibile vedere come sia il sistema di scambio a sostenere e informare un valore d'uso feticizzato.



al di qua dello schermo. Non esiste più reale al di fuori della sua continua rimediazione che, di conseguenza, non ha più nemmeno bisogno di simulare un riferimento ad una realtà (inesistente) al di fuori di essa. Anzi è proprio l'immaginario a divenire alibi di se stesso, per far credere che ci sia una realtà (inesistente) al di fuori di esso, attraverso cui validare la propria<sup>125</sup>. Si pensi alla progressiva chiusura riflessiva del reality show e della real fiction, attraverso la continua rimediazione e la totale trasposizione del reale nel proprio meccanismo. Da un momento di estensione ed esplosione del reale attraverso i media e i loro immaginari si passa così ad una fase di amputazione e implosione:

Abbiamo sempre avuto ampie riserve di immaginario, poiché esso è proporzionale al reale che gli fornisce il proprio peso specifico [...] quando la mappa copre tutto il territorio, qualcosa come il principio di realtà scompare [...] Non è più possibile fabbricare l'irreale dal reale, creare l'immaginario dai dati della realtà. Il processo sarà piuttosto il contrario [...] reinventare il reale come una finzione, precisamente perché il reale è scomparso dalle nostre vite (ivi: 311).

La tipologia dell'immaginario portata avanti da Baudrillard in relazione agli ordini simulacrali si ferma al terzo stadio della simulazione e dell'iperrealtà che, per via della sua specifica convergenza e sovrapposizione tra realtà e il proprio immaginario simulacrale e mediale, abbiamo ricondotto alla logica della rimediazione. In corrispondenza del quarto stadio del valore avanzato da Baudrillard (cfr. *Intermezzo II*) ci proponiamo ora di aggiungere un ultimo tassello alla tipologia dell'immaginario, da ricondurre alla logica della premediazione.

Nella sezione dedicata agli immaginari premediati (11.2), abbiamo visto come l'esperienza immediata di questi futuri immaginari costituisca una risposta complice al loro consumo ipermediato nel presente. Così, nella premediazione, non è più la realtà presente a costituire un alibi pretestuoso per la legittimazione

---

<sup>125</sup> Per comprendere meglio lo sviluppo di questa logica, un caso esemplare è quello di Disneyland [prendiamo nuovamente spunto dall'analisi che ne fa Baudrillard (1980)]. Nel parco di Disney, così come nelle sue più belle fiabe d'animazione, i sogni divengono realtà: Disneyland si presenta infatti come un medium (ipermediato) di un'esperienza estetica immersiva, che vada ben oltre il consumo del proprio immaginario mediato cinematograficamente o televisivamente. Allo stesso tempo, Disneyland deve in qualche modo marcare il proprio confine, conservare o simulare la differenza con la realtà da cui attinge la propria. Tant'è che Baudrillard si chiede se l'immaginario di Disneyland non sia solo un pretesto per illuderci di una vera realtà al di fuori della propria, ovvero per nascondere il fatto che tutta Los Angeles, e più ampiamente gli Stati Uniti, siano anch'essi (come) Disneyland.

dell'immaginario, ma è proprio il futuro immaginario e premediato a costituire un alibi a copertura di ciò che accade in tempo reale. Anche se la premediazione deve apparentemente scongiurare che questo futuro si realizzi per davvero, essa fa in modo che questo sia sempre già realizzato. Di fatto, il futuro rappresentato da questi immaginari, piuttosto che una via di fuga o valvola di sfogo dal presente, è perfettamente integrato nella logica della sua premediazione e realizzazione nel presente.

La proiezione della fine del mondo, le immagini del nostro mondo giunto al proprio termine, esorcizzano una apocalisse che caratterizza già la nostra iperrealità contemporanea. In altre parole, la premediazione cerca di ripristinare un senso, una finalità, o più semplicemente una fine, alla catastrofe del presente. Il futuro immaginario costituisce per il presente uno spazio da colonizzare, su cui potere esercitare la propria logica costitutiva e riproduttiva: l'estendersi oltre il proprio termine. Dall'implosione si ritorna così ad una logica dell'espansione, che ha però ormai perso la propria spinta positivista e dialettica, e si esplica sotto forma di *metastasi*, di clonazione del presente oltre il proprio termine, oltre la propria fine.

## 12. Miti d'oggi e di domani

### 12.1. *Wall-E*: Il mito del consumo

Il film d'animazione *Wall-E* (Disney-Pixar 2008) è un caso emblematico di premediazione cinematografica, nel quale la proiezione del nostro presente in un futuro immaginario è funzionale ad una attualizzazione dello stesso futuro attraverso il medium del suo consumo presente.

Nel riaffermare l'ordine presente mediante la sua negazione, ovvero attraverso la rappresentazione della sua catastrofe futura, *Wall-E* può essere considerata una versione moderna del mito dell'apocalisse.

Al pari del mito delle origini, il mito dell'apocalisse è un particolare costrutto narrativo profondamente radicato in molte culture. L'apocalisse è spesso presentata come un atto necessario, volto a punire l'umanità per aver trasgredito le regole sociali e le leggi della natura, rompendo così l'equilibrio su cui si fonda un determinato ordine delle cose. Tuttavia, proprio attraverso il messaggio apocalittico, il mito serve più che altro come monito al fine di preservare l'ordine precostituito<sup>126</sup>. Non a caso, l'evento catastrofico è sì necessaria conseguenza degli eccessi e delle trasgressioni, destino ineluttabile dell'umanità e della società, ma, al contempo, momento di rinascita e di ricostituzione dell'ordine sociale.

*Wall-E* rientra perfettamente in questa definizione del mito dell'apocalisse, rispettandone appieno la funzione fondamentale conservatrice. Nel film, la minaccia apocalittica che la società deve fronteggiare nel futuro coincide con lo stesso fattore su cui è basata la riproduzione e la conservazione della struttura sociale nel presente: il consumo.

Il film ritrae il disastro ecologico del nostro pianeta e la regressione della specie umana come conseguenza di modelli estremi di consumismo. Per questa ragione *Wall-E* è stato generalmente ritenuto da audience e critica un esempio di manifesto ambientalista e di critica alla società dei consumi.

Tuttavia, molti elementi significativi del film sembrano invalidare questa prospettiva. In particolare, un ruolo ambivalente della categoria di consumo nella struttura figurativa, narrativa e ideologica, mette in dubbio il valore della critica ambientalista da parte della stessa pellicola. Nonostante la rappresentazione dei suoi effetti apocalittici, il consumo risulta essere un bisogno e un dovere naturale, al quale gli esseri umani devono comunque aggrapparsi per evitare la catastrofe.

---

<sup>126</sup> In linea con la definizione e la funzione del mito così come avanzata da Barthes (1957)

L'ambiguità, oltre che a livello di contenuto, potrebbe essere individuata e risolta analizzando l'identità di *Wall-E* in quanto medium per l'enunciazione e il consumo del proprio contenuto: prodotto di consumo mediale all'interno della nostra società e cultura del consumo mediale.

Seguendo una prospettiva lotmaniana avanziamo l'ipotesi che il film, nel suo complesso, intrattiene con il sistema in cui è inserito una relazione di *isomorfismo*, di interdipendenza prospettica e funzionale, in quanto essi si rispecchiano, strutturandosi a vicenda secondo le stesse logiche (cfr. Lotman 1980).

Una di queste logiche è proprio quella della premediazione, laddove – in riferimento nuovamente a Lotman – il racconto del momento *esplosivo*, apocalittico di una cultura risulta al contempo essere un'efficace strumento *autodescrittivo*, modellizzante. In maniera complementare all'ossessione della nostra cultura ipermediale di anticipare il futuro nel presente, anche la proiezione cinematografica della nostra realtà ipermediale in un futuro immaginario e apocalittico è una strategia di premediazione e attualizzazione di questo futuro attraverso la sua esperienza di consumo mediale nel presente.

#### *Valori e immagini in contrasto*

Il tema del consumismo è oggetto di un ampio dibattito legato all'ambivalenza delle sue conseguenze. Ed è proprio l'ambigua valorizzazione di questo tema il punto cruciale di *Wall-E*. Nel 2105, Buy'n'Large (BnL), la mega-corporation che ha assunto incontrastato potere economico e dominio politico sul mondo, a causa delle condizioni ambientali insostenibili in cui versa il pianeta, è costretta a far evacuare la popolazione terrestre. I superstiti alla catastrofe ecologica vengono fatti salire a bordo Axiom, una nave-crociera spaziale, dove tuttavia vengono mantenuti e riprodotti gli stessi modelli di sovraconsumo che hanno comportato al collasso il pianeta Terra. Ciò che viene lasciato sul nostro pianeta ormai deserto sono dei robot - i cosiddetti Wall-E - che lavorano alla raccolta e allo smaltimento del sovrabbondante carico di immondizia, nella speranza di un futuro ritorno sulla Terra.

Il (sovra)consumo rappresenta dunque l'elemento apocalittico che impedisce alla popolazione umana di continuare a vivere sul suo pianeta. Oltre al problema dell'immondizia, modelli di consumo smodato sono la causa principale del processo di disumanizzazione della popolazione umana a bordo di Axiom. Gli "umani", se così si può dire, che prendono parte a questa singolare crociera

spaziale sono figure obese, amorfe, incapaci di muoversi, relazionarsi e comunicare.

Non sembra essere lo stesso per i robot rimasti sulla Terra e, in particolare, per uno di loro. Lungo il corso degli anni, molte unità robotiche si rompono, eccetto una: il Wall-E protagonista del film. Ciò che tiene in *vita* l'ultimo Wall-E è la sua capacità di sviluppare un'interazione esistenziale con gli oggetti raccolti.

Attraverso questa relazione di consumo, Wall-E intraprende un vero e proprio percorso di formazione. Guidato dalla sua curiosità e sete di conoscenza, esso – o meglio, *egli* – non solo cerca di capire la funzione e il valore d'uso di tali oggetti, ma di ricrearne funzioni alternative, che ne possano mettere in evidenza il valore più ampiamente culturale.

Il culmine di questo percorso è rappresentato dall'amore che il robot inizia a provare per un altro androide, EVE; un sentimento che nasce guardando su uno schermo a forma di iPod una vecchia videocassetta del film *Hello, Dolly!*. È per questi motivi che secondo Anderson (2012: 269), “il film mette in atto una paradossale celebrazione dei beni di consumo all'interno di una narrativa che in maniera ostensiva condanna il consumismo”.

L'ambiguità riscontrata sul piano del contenuto si costituisce a partire da un'ambiguità sul piano dell'espressione. Gli *establishing-shot* iniziali, nei quali altissimi ed enormi grattacieli di immondizia indistinta, attornati da un'atmosfera tossica, fumosa, sono testimonianza di una catastrofe spettacolarizzata (fig. 39).

Tuttavia, quando la ripresa si stringe, e dall'indistinta massa vengono messi a fuoco singoli oggetti di consumo familiari allo spettatore, avviene un radicale cambio di atmosfera. Immediatamente viene distolta l'attenzione dal disastro ecologico, e viene introdotto uno sguardo intimo, in primo piano, sui nostri beni di consumo (fig.40).



Fig. 39: *Wall-E*, establishing shot.



Fig. 40: *Wall-E*, close-up.

Possiamo riscontrare un semi-simbolismo: da una parte, l'immagine ad ampia scala e l'indistinto dello scenario apocalittico significano il lato negativo del consumismo; dall'altra parte, il focus intimo, la familiarità dell'oggetto in primo piano sono espressione di una valorizzazione positiva della nostra stessa cultura dei consumi.

Come messo in evidenza da Anderson, “le inquietanti e profetiche torri di immondizia così cadono sullo sfondo quando la collezione di oggetti familiari, gioiosi e nostalgici di *Wall-E* entrano in primo piano” (ivi: 270). È dunque attraverso progressiva stratificazione di immagini, valori e tempi che è necessario scavare per comprendere il senso generale del film.

### *Nostalgia e memoria del presente*

Focalizzandosi in particolare sull'aspetto temporale, possiamo rilevare come l'immaginario futuro costruisce un generale senso di nostalgia verso gli oggetti di consumo del nostro presente. Come sottolinea ancora Anderson (ivi: 267),

In molti film apocalittici e post-apocalittici, una serie di immagini a piccola-scala portano avanti un sentimento di affetto per oggetti fisici individuali, in particolare per i prodotti del del mondo distrutto. In nessun altro film questa nostalgia per gli oggetti è evidente come in *Wall-E*. Immerso nella distruzione ambientale ad ampia-scala c'è un fondo nostalgico verso i beni di consumo, un sentimento che complica il monitor del film contro il consumismo e l'inquinamento. Nella scena d'apertura di *Wall-E*, l'immondizia è identificata come la principale causa dell'eco-disastro, ma la conseguente favola del sovraconsumo e dell'apocalisse si ferma in superficie di fronte la nostalgia per i beni di consumo.

La nostalgia nasce dunque proprio dalla relazione sintagmatica che intercorre tra i due momenti del film. L'effetto nostalgico di fronte al primo piano degli oggetti, infatti, non avrebbe avuto la stessa pregnanza senza la precedente rappresentazione dello scenario apocalittico: "essi non avrebbero avuto la stessa intensità se le parti iniziali del film fossero state ambientate in lucente futuro utopico" (ivi: 274). È dunque il contrasto con la terrificante immagine della catastrofe a permeare di valore nostalgico questi beni di consumo.

Lo scenario apocalittico risulta così essere elemento fondamentale per la costruzione di un'atmosfera nostalgica nei confronti degli oggetti e per lo sviluppo del mito del consumo: un male introiettato in dosi omeopatiche al fine di renderci immuni da questo stesso male. Questa successione temporale tra i due diversi momenti/frame del film riflette la complessa stratificazione/intersezione tra passato, presente e futuro che *Wall-E* porta avanti.

Le masse di immondizia indifferenziata, che contribuiscono a saturare l'atmosfera e a restituirci un'immagine *opaca*, sono una metafora del nostro presente ipermediale; a ciò segue invece lo sguardo di Wall-E sull'oggetto distinto, che ci restituisce un'immagine trasparente sul futuro e sugli stessi oggetti che ne mediano l'esperienza.

Eppure, è bene precisare che, a livello dell'enunciato, gli oggetti - specialmente mediali - attraverso cui Wall-E esperisce il futuro post-apocalittico, non sono altro che gli stessi media attraverso cui l'umanità faceva esperienza del proprio passato sulla Terra, e che (2) a livello dell'enunciazione, questo stesso futuro/passato corrisponde al nostro presente. Se dunque la nostalgia si presenta solitamente come passione disforica verso un oggetto di desiderio ormai passato (cfr. Panosetti e Pozzato 2013), il senso di nostalgia che emerge dalla visione dell'immaginario futuro in *Wall-E* è in realtà verso i nostri oggetti culturali e mediali presenti.

Riprendendo alcuni studi classici di Freud sulla nostalgia (1905), il soggetto nella società moderna, frustrato dalle logiche culturali e sociali, prova il desiderio di tornare ad una condizione primitiva, in stretto contatto con la natura – condizione verso cui prova nostalgia, in uno schema semantico che vede contrapposte natura e cultura<sup>127</sup>, passato e presente. *Wall-E* mette in scena un simile dualismo valoriale, ma in contrasto con la concezione freudiana, è proprio la cultura presente l'oggetto di valore nostalgico, ultima ancora di salvezza e

---

<sup>127</sup> Cfr. Marrone (2011) per un'analisi semantica della categoria natura vs. cultura, volta ad evidenziarne l'aspetto ideologico.

fondamento di realtà nel mondo post-apocalittico, post-mediale e post-moderno<sup>128</sup> a cui andremo incontro, ma nel quale già viviamo.

Il futuro è caratterizzato da una disorientante, dispersiva e indistinta *realtà*, nella quale lo spettatore non può trovare nessun punto di riferimento. A questo punto, la ripresa offre la possibilità di beneficiare di una prospettiva più intima e rassicurante, attraverso il primo piano di un oggetto riconoscibile e altamente nostalgico. Nel caso di *Wall-E*, la nostalgia non è più la risposta al bisogno umano di ritornare ad uno stato genuino di natura, di immediatezza della realtà, antecedente la mediazione della cultura; al contrario, essa è l'effetto di senso indotto da un artificio mediale, capace di incantarci di fronte le meraviglie della nostra realtà culturalizzata e ipermediata.

La costruzione di una memoria nostalgica del nostro presente ha una certa rilevanza ideologica, dal momento che permette di promuovere e riprodurre determinati valori della cultura contemporanea. La cultura, infatti, altro non è che la memoria del passato, ed è proprio su questa cultura-memoria, forza attiva e modellizzante, che una società fonda la propria identità (cfr. Lotman e Uspenskij 1975: 43). È bene però precisare che ciò che conta nella costruzione dell'identità culturale non è la realtà del passato vera e propria, ma l'effetto di senso di una sua rilettura – “effetti di senso che non sono meno reali della realtà stessa.” (Violi 2014: 102). È proprio in questi termini che la nostalgia non è conseguenza di una vera memoria biologica del passato, ma è memoria semiotizzata, frutto di discorsi, narrazioni e valorizzazioni che progressivamente possono anche sciogliere il loro vincolo con la realtà dei fatti. Tale tesi è ancora più avvalorata nel caso specifico di *Wall-E*, nel quale, ciò che viene costruito come passato è di fatto il nostro presente.

All'interno del film, uno degli elementi chiave per lo sviluppo narrativo della memoria culturale è sicuramente il piccolo museo adibito da *Wall-E*, in cui il robot conserva tutti gli oggetti reperiti scavando nelle macerie del nostro mondo presente.

In questa operazione archeologica e di musealizzazione, *Wall-E*, più che comprendere e riattivare il funzionamento tecnico di questi oggetti (che a tal proposito spesso usa in maniera alternativa, non convenzionale), fa esperienza emotiva del loro valore culturale. Non si tratta di una crescita di conoscenza del mondo attraverso gli oggetti, in qualità di strumenti tecnici e funzionali, ma dello sviluppo di una certa sensibilità umana e culturale attraverso questi stessi oggetti in quanto media di un'esperienza a tutto tondo. Il museo, dunque, sembra mettere in

---

<sup>128</sup> La relazione tra postmoderno, nostalgia, e cultura come punto di riferimento è approfondita da Frederic Jameson (1998).



atto, più che una trasformazione modale, una vera e propria trasformazione esistenziale del proprio visitatore: una sorta di evento miracoloso che trascende la natura meccanica del robot sino a renderlo umano.

La storia della trasformazione di Wall-E che ci viene raccontata a questo livello non è la stessa raccontataci dal museo tramite il proprio enunciato (gli oggetti), ma quella della sua enunciazione, ovvero della sua visita da parte dello spettatore. Il senso di un luogo è infatti sempre il risultato di un intreccio di determinate configurazioni materiali (oggetti) con una serie di pratiche e usi (persone). A tale proposito, Violi sottolinea come la nozione di Visitatore Modello non coincide con quella di Lettore Modello elaborata da Eco (1979). A differenza della lettura, l'atto della visita non è esterno al testo, ma si realizza all'interno del museo, e rende il visitatore parte costitutiva del significato dell'esperienza museale (cfr. Violi 2014: 123). Vista la natura sincretica dello spazio, il Visitatore Modello non può rimanere una strategia astratta, ma chiama direttamente in causa l'utente reale, che diviene vera e propria sostanza espressiva e significativa del museo.

Sin quando la visita non è in atto, l'enunciazione predispone un Visitatore Modello, una strategia di interpretazione del museo il cui destinatario è Wall-E. Una volta che la visita si attualizza, l'enunciazione può essere vista come la storia del percorso del Visitatore-Enunciatario, delle sue trasformazioni, e delle sue acquisizioni valoriali (ivi: 116). La storia dell'enunciazione non è solo rivolta al protagonista dell'enunciato, ma a chi guarda e significa il museo attraverso la visione della sua visita. Il Destinatario di questa strategia che si concretizza non è dunque che lo spettatore del film, il quale interpreta il senso dello spazio museale attraverso la storia dell'enunciazione, ovvero attraverso quell'insieme di testi e pratiche che significano il luogo. Ecco perché, nel nostro ruolo di spettatori mediali, è proprio la storia dell'enunciazione ad essere fondamentale per comprendere pienamente il senso del museo.

In questo cambio di livello, si può considerare lo stesso spettatore nel ruolo attanziale di visitatore. L'atto della visita, infatti, non può più essere ristretto alla sola pratica specifica di visita in loco, ma deve essere considerato in tutta la sua "dimensione mediatizzata" (ivi: 128). Lo spettatore dunque è portato a cogliere il senso dell'enunciato attraverso l'interpretazione delle pratiche e delle conseguenti trasformazioni modali ed esistenziali *attuate* (non solo predisposte) dal/sul protagonista dell'enunciato.

Il percorso di umanizzazione intrapreso da Wall-E è la testimonianza di un'esperienza di consumo, che ora lo spettatore può ricordare, riconoscere e rivivere attraverso la sua visita mediale del museo. Di conseguenza, anche lo

spettatore subisce una trasformazione modale predisposta dall'enunciazione del testo. La realizzazione del programma narrativo di Wall-E, a livello dell'enunciato, è programma narrativo d'uso per la manipolazione e messa in competenza dello spettatore in un programma (narrativo) di visione del film, inteso come strategia di interpretazione del suo senso a livello dell'enunciazione. In altre parole, si cerca di costruire la posizione di chi guarda attraverso un vero e proprio processo di identificazione con il protagonista dell'enunciato.

È necessario però ribadire che l'identificazione attanziale della spettatrice con il protagonista Wall-E è sostenuta da una determinata costruzione della temporalità. In *Wall-E*, il museo tende a riattualizzare il rapporto delle spettatrici con gli oggetti di consumo collassando diversi tempi e temporalità nell'esperienza in atto della visione (o della visita). Passato presente e futuro sono dunque rappresentati nel loro sovrapporsi e combinarsi in varie forme di convergenza e compresenza, divenendo parti di un'unica dimensione complessa, atemporale, mitica. Più nello specifico, tale ricostruzione temporale è messa in atto dal museo e in generale dal film attraverso un'operazione di contaminazione, ovvero di ricombinazione di aspetti semiotici appartenenti ad epoche e mondi apparentemente diversi: si tratta di operazioni di *mash-up* o *mix* intertestuali (Panossetti e Pozzato 2013: 19).

Oltre al già citato *Hello, Dolly!*, il film fa ampio uso di questa strategia dell'intertestualità per costruire i collegamenti tra la temporalità e la dimensione dell'enunciato e il tempo e lo spazio della sua enunciazione. Il design di EVE, la sopracitata compagna di Wall-E, chiaramente rimanda a quello di un qualsiasi device Apple. Questo non è l'unico riferimento intertestuale alla Apple: il suono di accensione sia di Wall-E che di EVE sono ripresi da due differenti versioni del Macintosh. Come al solito nei film della Pixar, sono molti i riferimenti alla stessa casa di produzione: dai giocattoli di *Toy Story* ai pupazzi di *Monsters & Co*, dalla moto di *Ratatouille* alla lampada *Luxo Junior*. È inoltre singolare come ci siano riferimenti testuali anche ad altri grandi miti della nostra cultura: il nome di EVE (Extraterrestrial Vegetative Evaluator) è un chiaro riferimento ad Eva nella Genesi; lo stesso robot è allegoria della prima donna, che conserva in grembo il primo seme di una nuova vita sulla Terra.

Il meccanismo dell'intertestualità è impiegato dunque nelle diverse forme di allusione, citazione, parodia o *pastiche*<sup>129</sup>: una strategia ampiamente usata da Pixar

---

<sup>129</sup> Si veda ancora Jameson (1998).

e divenuta nel tempo un vero e proprio marchio distintivo. A supporto della nostalgia, anche l'intertestualità è una strategia chiave per la costruzione di un ancoraggio al quale potersi aggrappare di fronte lo scenario distopico che lo stesso film costruisce. Il legame intertestuale e intermediale tra questi oggetti ne sollecita il riconoscimento in quanto oggetti di una determinata cultura, attivandone anche il principio feticistico: è proprio nel riconoscimento di questi oggetti culturali che lo spettatore si riconosce a sua volta come parte di quella cultura, nella quale poter trovare rifugio, identità e gratificazione.

### *Consumo e consumatore critico*

Ricapitolando, in *Wall-E*, allo scenario apocalittico di denuncia dei mali del consumismo segue un vero e proprio manifesto del consumo: mezzo di piacere, di coinvolgimento emotivo e intellettuale, di identificazione sociale e personale; tutto questo impregnato da un'atmosfera nostalgica e rassicurante che diviene scenario perfetto per il miracolo finale: Wall-E attraverso un'operazione di "breaking programming", ovvero di sovversione della proprie funzionalità tecniche, intraprende un percorso di "learning to live" (in McNaughtan 2012: 755), ovvero un percorso di umanizzazione.

La narrazione e la visione del robot che prende vita autonomamente scaturisce certamente un certo sguardo feticizzante sullo stesso Wall-E. Tuttavia, tale feticismo non è dato dal superamento del proprio status di macchina – dalla rottura e dall'inversione del proprio programma narrativo di oggetto e ascesa allo status di soggetto umano; al contrario, il robot continua a eseguire quello per cui è stato programmato: mettersi in relazione con gli altri oggetti, con le altre cose, di cui viene smaltita la carcassa fisica (valore d'uso) e assorbito il potenziale culturale, relazionale (valore scambio-segno).

Un miracolo già ampiamente normalizzato e ritualizzato dall'essere umano, a cui viene fondamentalmente chiesto di rispettare lo stesso programma, ovvero di continuare a perseguire la stessa strada del consumo per adempiere la propria natura umana e sociale.

A tal proposito, è significativo come nel film il superamento dell'alienazione da parte del soggetto umano non è più conseguito attraverso nuovi modelli di produzione che permettano il riconoscimento del sé nell'oggetto prodotto, ma dalla messa in scena di modelli "alternativi" di consumo dello stesso oggetto.

Da un lato, la categoria di consumo esprime una relazione con l'oggetto senza alcun valore aggiunto. In questo consumo che definiamo *non-critico*, i prodotti rimangono nel loro primario stato di oggetti materiali. La loro accumulazione selvaggia non è sufficiente a superare la dipendenza fisica e psichica che provocano nel soggetto. Anzi, è proprio questa modalità di consumo la principale causa del disastro ambientale e del degradante processo di disumanizzazione che avviene anche a bordo di Axiom. Sulla crociera spaziale, gli stessi esseri umani rimangono ad uno stadio primario in quanto entità meramente materiali, rischiando di perdere anche questa fisicità, nell'obesità che li rende amorfi. Consumo non critico che porta progressivamente così gli individui a perdere una serie di qualità specificatamente umane, come la comunicazione, la capacità di relazionarsi, di esperire sensibilmente e coscientemente la complessità del reale.

D'altra parte, abbandonare uno stile di vita consumista non è pienamente la soluzione. Come dimostra Wall-E, è un consumo *critico* a renderci nuovamente umani, salvandoci dall'apocalisse. Si tratta infatti di un'apocalisse non solo materiale, ma più che altro culturale, che ci priva di qualsiasi punto di riferimento e riconoscimento, a cui solo il consumo critico dell'oggetto può porre rimedio. Il consumo diviene strumento attraverso cui l'individuo può sviluppare sensibilità, raggiungere coscienza di sé e riscoprire la propria identità personale e sociale. Questo modello richiede una relazione cosciente con il prodotto, che non può essere interpretato come mera entità fisica, esclusivamente per il suo valore d'uso, ma valorizzato simbolicamente per ciò che rappresenta a livello sociale e culturale. L'emblema di tale modalità di consumo critico è rappresentato dal percorso formativo di umanizzazione intrapreso da Wall-E nel suo rapporto con gli oggetti, che è capace di sentire e di interpretare, oltre che consumare, riscoprendone funzioni e valori alternativi.

Tuttavia, abbiamo avuto più volte modo di vedere come questa distinzione sia del tutto prospettica e ideologica. Nel film, il valore critico dei beni di consumo è designato come valore positivo e soggettivo – per certi versi ideologico - che trascende la materialità dell'oggetto. Invece, è necessario cogliere il valore socio-culturale come un valore feticcio *strutturale*: insito nella materialità dell'oggetto e, al contempo relazionale, sostenuto dalla relazione che lo stesso oggetto intrattiene con gli altri oggetti di una stessa catena.

La finta dialettica tra questi due termini ha una funzione inoculativa: una sorta di "vaccino" (cfr. Barthes 1957) volto ad immunizzarci non solo dai mali del consumo, ma dalla sua stessa critica. L'impossibilità di acclamare senza mezzi termini il consumismo, mostrandone in parte i mali, si rivela strategia volta a

generare accettabilità da parte dell'opinione pubblica. Anzi, quella di *Wall-E* sembra essere una vera e propria critica apocalittica nei confronti del consumo (anche mediale) di massa - salvo poi rivelarsi una posizione perfettamente integrata nella logica consumista.

Oggigiorno, il dibattito pubblico è fortemente caratterizzato dal discorso sulla sostenibilità ambientale dei nostri modelli di consumo sfrenato. McNaughtan (2012) sostiene che *Wall-E* rappresenta un esempio istruttivo di questo dibattito e della risposta a questa preoccupazione da parte dell'industria culturale, la quale storicamente ha sempre esemplificato e sostenuto modelli di produzione e consumo massificato.

A tal proposito, lo stesso McNaughtan propone una stima generale della relazione che storicamente si è sviluppata tra il capitalismo dei consumi e la critica alla società di massa, mettendo in evidenza il processo attraverso cui il consumismo sia sempre stato capace di integrare e addirittura trarre beneficio dalle critiche mossegli contro.

Da un lato, la critica alla società di massa ha da sempre criticato il meccanismo circolare tra produzione in serie e domanda/consumo massificato. D'altra parte, il capitalismo dei consumi ha invece tradotto questa spinosa questione della massificazione in termini di democratizzazione del consumo e del piacere - una retorica che potesse in qualche modo preservare ed esaltare l'altro grande mito del capitalismo: la sovranità dell'individuo e la libertà del consumatore (cfr. Bourdieu 1979; Dunn 2008).

A tale proposito, Thomas Frank (1997) sostiene che la critica della società di massa non solo ha rappresentato una minaccia irrisoria al capitalismo dei consumi, ma essa è stata usata come uno strumento efficace dallo stesso ordine che si propone di ribaltare. Il capitalismo ha storicamente abbracciato la propria critica, che ha da sempre rappresentato un vero e proprio "slancio alla permanente rivoluzione del capitalismo" (McNaughtan 2012: 756), uno stimolo per la continua ricerca di novità: un valore ideologico dietro il quale il capitalismo nasconde la propria produzione razionalizzata e standardizzata.

Ne sono un esempio particolare le cosiddette "pseudo-individualizzazioni", che Adorno (1941)<sup>130</sup>; descrive come una serie di caratteristiche distintive fittizie, applicate su un numero crescente di prodotti seriali, nel tentativo di nascondere la natura essenzialmente uniforme e standardizzata di questi stessi beni di consumo. Queste differenze personalizzate, più in generale, sono un modo per superare

---

<sup>130</sup> Si veda anche il lavoro di Gendron (1986) che riattualizza e applica il pensiero di Adorno al mondo delle macchine di lusso.

l'aporia tra produzione di massa e l'ideale individualista che il capitalismo porta con sé. Altra critica di stampo marxista, focalizzata sulla retorica della distinzione, è avanzata negli anni settanta da Bourdieu (1979).

In opposizione alle teorie marxista, la categoria di massa indifferenziata e anonima di consumatori è stata criticata da alcuni studiosi negli anni successivi. Raymond Williams (1958: 55) sostiene che “non ci sono masse, ma solo modi di vedere persone come masse”. Altri hanno sostenuto che la paura della massificazione abbia di fatto favorito e stimolato la ricerca di un consumo deviante, ribelle, critico, come strategia per ripristinare l'individualità del consumatore: pratiche di consumo ribelle consistono nel trasformare “la merce in una risorsa culturale, pluralizzando i significati e i piaceri che essa offre, evadendo o resistendo i suoi sforzi disciplinatori” (Friske 2000: 284)<sup>131</sup>.

In linea con questa prospettiva, Mark Poster (1992: 103) afferma che “il consumo non è più processo di vittimizzazione della società di massa da parte dell'industria culturale, ma un gioco di eterogeneità, un intervento distruttivo nelle operazioni lisce del sistema”. A tal proposito, Michel de Certeau (1980) considera il consumo come momento di coinvolgimento attivo nel quale il significato prestabilito dell'oggetto consumato è rimodellato. L'autore, mettendo in evidenza il ruolo attivo del consumatore, teorizza le “antidiscipline” come tecniche di consumo creativo e resistente.

Tuttavia, il vero valore di queste pratiche devianti come mezzo per minare la logica capitalista di imposizione del significato è discutibile. Irving Howe (1990) ritiene che la ribellione nella cultura dei consumi è stata ridotta alla questione superficiale dello *stile*<sup>132</sup>. Lo stile personale ha sostituito la rivoluzione collettiva come terreno di ribellione individualizzato. Il registro dello stile è capace di soddisfare e placare la ribellione del consumatore contro i meccanismi di reificazione capitalista molto più efficacemente di quanto riesca a fare la politica. Come affermato da John Hartley (2005: 109), “questi nuovi movimenti sociali erano ripetutamente ignorati dalla politica, e spesso perseguitati. Così essi hanno trovato espressione esclusivamente nella sfera private dell'identità e

---

<sup>131</sup> Questa prospettiva sul consumo materiale richiama alcune teorie più strettamente linguistiche e semiotiche, come la *reception theory*, secondo la quale un testo non è semplicemente recepito in maniera passiva dal lettore, ma possibile di interpretazioni a seconda del caratteristiche sociali, culturali, e personali del lettore. In altre parole, il significato del testo non è intrinseco nel testo stesso, ma si stipula nella relazione tra il testo e il lettore (cfr. Eco 1979). Stuart Hall (1980) è uno dei precursori della *reception theory*; l'autore teorizza la possibilità da parte del lettore di portare avanti pratiche di negoziazione e opposizione nei confronti della significazione dominante/egemonica prediletta dal testo.

<sup>132</sup> La categoria di *stile* è del tutto assimilabile al concetto di *moda*, che dietro l'esibizione di ciascuna differenza e novità nasconde la riproduzione della propria norma omologatrice.

dell'autoformazione, e sono stati popolarizzati quasi esclusivamente da mezzi commerciali”.

Per il sistema capitalista, la critica del consumatore ribelle, in cerca di distinzione, è facile da assorbire e persino ben accetta. L'enfasi sullo stile personale non solo costituisce una strategia per incrementare il consumo e il profitto economico, ma è usata dal capitale non solo per smarcarsi, ma per trarre beneficio dall'aporìa strutturale tra la democratizzazione del piacere (produzione e consumo di massa) e l'idea liberale dell'individualismo.

*Wall-E* riflette appieno le categorie e le dinamiche appena discusse. Il film porta avanti una peculiare critica alla società di massa. Come afferma McNaughtan (2012: 753):

Il film d'animazione Disney/Pixar *Wall\*E* (2008), uno dei più recenti e celebrati esempi di anticonsumismo popolare, che oggi appare obbligatorio, è un esempio istruttivo della sua strumentalità ideologica. Promuovendo implicitamente le pratiche “individualizzanti” di consumo distintivo, il film costruisce una critica della società di massa che tuttavia valida gli imperativi basilari del capitalismo dei consumi. (ivi: 753)

McNaughtan mostra come la massificazione del consumo sfrenato sia efficacemente rappresentata dal quadro dell'umanità a bordo di Axiom. La realtà sulla navicella spaziale riflette “l'ambiente totale” (Baudrillard 1970: 8) dove il capitalismo dei consumi trova il proprio compimento. Nonostante questo *mea culpa* sia recepito con ammirazione e compassione, Disney-Pixar può difficilmente dichiararsi innocente dall'accusa di favoreggiamento al consumo.

*Wall-E* mette in scena un processo fittizio alla società di massa attraverso una narrativa del trionfo individuale contro il consumo massificato: una strategia anche piuttosto convenzionale e conforme ai dettami dell'industria culturale, come visto sinora. L'emblema di questa retorica è dato dalla trasformazione di Wall-E da robot a essere umano (un Pinocchio moderno) attraverso la sovversione del suo programma operativo e in particolare, attraverso il consumo. Una trasformazione che in maniera mediata intraprende lo stesso spettatore.

In un primo momento, la spettatrice si identifica con il consumatore a bordo di Axiom, riconoscendo se stessa in questa esagerazione distopica dei nostri attuali modelli di consumo e di vita. Tuttavia, proprio nel momento in cui la spettatrice individua la criticità della sua condizione di consumatrice, si trova di fronte lo spettacolo dei miracoli del consumo incarnati da Wall-E - magicamente “ogni minaccia posta ai nostri appetiti consumisti dalla paura ampiamente diffusa di un

imminente collasso ecologico e culturale è sostanzialmente ridotta” (McNaughtan 2012: 764).

Miracolo incarnato non solo dal robot, ma dallo stesso *Wall-E* in quanto prodotto di consumo critico. Appena il film ci spinge a individuare i pericoli del nostro consumo sfrenato, ci spinge anche a individuare il valore critico che lo stesso film acquisisce nel mostrare tali pericoli; ciò ci porta a smarcarci dalla posizione di consumatori non-critici verso quella di consumatori critici<sup>133</sup>. Così come *Wall-E*, lo spettatore non solo dà valore critico positivo agli oggetti di consumo mostrati a livello dell'enunciato, ma al consumo stesso del film, recepito anch'esso come oggetto critico e distintivo per il suo contenuto apparentemente anticonsumista.

*Wall-E* si presenta dunque come un mito su se stesso: a livello dell'enunciato proietta i mali del consumismo nel futuro e costruisce un soggetto capace di sovvertirli attraverso il consumo *critico* di prodotti *critici*; a livello dell'enunciazione, proprio perché pone all'attenzione tali problemi e modelli, presenta se stesso come oggetto *critico* da essere consumato in maniera critica dalla consumatrice nel presente: a questo punto “non resta che rallegrarsi senza domandarsi da dove ci viene il bell'oggetto” (Barthes 1957: 231).

Non bisogna però dimenticare che, attraverso e oltre l'immaginario futuro e la critica apocalittica, *Wall-E* è comunque un *prodotto* dell'industria culturale attraverso cui la stessa cultura industrializzata si autodescrive e riproduce. Ecco perché in fondo non c'è troppa differenza tra consumare criticamente un oggetto come *Wall-E* e consumare feticisticamente tutta una serie di gadget relativi al film.

Come accennato nell'introduzione di questa analisi, l'autodescrizione è la migliore strategia per ridurre la disomogeneità e a stabilire uniformità, per assolvere e assolutizzare l'ordine oltre le proprie contingenze contraddittorie: per mitizzarlo (cfr. Lotman 1980: 39-40). Come messo in evidenza da Lévi-Strauss (1964), il mito è proprio la conciliazione di due termini contrari: contraddizioni che trovano soluzione e senso coerente nella loro successione, nella loro serializzazione.

*Wall-E* non fa altro che questo, conciliando le contraddizioni e usandole come differenze al fine di un accrescimento di strutturalità e coesione. Ciò che viene

---

<sup>133</sup> Proprio per la sua capacità di venire incontro e integrare le esigenze sovversive e ribelle del pubblico, *Wall-E* dimostra di essere a tutti gli effetti mito contemporaneo del consumo. Come ci ricorda Barthes (1957: 37) nella sua analisi dei miti, “Insorgere contro l'inumanità dei valori d'ordine, si pensa, è una malattia comune, naturale, scusabile; non bisogna affrontarla direttamente ma piuttosto esorcizzarla come un invasamento: si fa rappresentare al malato la parte della sua malattia, lo si porta a conoscere il volto stesso della sua ribellione, e la ribellione sparisce”.



attualizzata attraverso l'inoculazione e la proiezione nel futuro delle proprie criticità è proprio la capacità modellizzante del mito e della premediazione che *Wall-E* mette in opera. La costruzione di un immaginario futuro, specialmente se catastrofico, è una strategia funzionale al ristabilimento e alla naturalizzazione dell'ordine culturale e mediale presente: un ordine capace di superarsi attraverso le proprie contraddizioni reali e le proprie contingenze temporali, la propria catastrofe futura, la propria fine apocalittica.

## 12.2. Bandersnatch: un caso chiuso

“Bandersnatch” è l'episodio interattivo della serie *Black Mirror*, rilasciato dalla piattaforma Netflix a fine 2018. Apparentemente “Bandersnatch” sembra estraniarsi dalla serie a cui appartiene: più che di un episodio si tratta infatti di un lungometraggio-evento, reso ancora più singolare dalla specifica modalità di consumo interattiva. Tuttavia, come cercheremo di dimostrare nei prossimi paragrafi, è proprio l'interattività l'elemento innovativo da rileggere in continuità con le logiche della serialità televisiva e, nello specifico, con l'universo *Black Mirror*.

### *Black Mirror: lo specchio oscuro della realtà*

Abbiamo già fatto riferimento a *Black Mirror* nel paragrafo sugli immaginari futuri serializzati (11.3) in cui veniva sottolineato come le nuove forme della serialità televisiva sono predisposte ad una costruzione efficace degli universi distopici. Nelle serie che con successo sono riuscite a immaginare un futuro non ancora scaduto, i protagonisti non si limitano a essere testimoni della sofferenza collettiva, ma diventano espressione di un'incertezza e di un'insicurezza strettamente personali, interiorizzate nella propria coscienza individuale.

In particolare, in *Black Mirror*, si assiste a un adattamento della cultura cospirativa contemporanea, in cui il soggetto protagonista non ha più un ruolo-funzione ben preciso in relazione alle istituzioni totali che lo integrano, ma è portato continuamente a questionare la propria soggettività di fronte all'indeterminatezza di istituzioni e poteri che si fanno sempre più oscuri e subdoli al loro moltiplicarsi.

*Black Mirror* ha saputo così coniugare la narrazione speculativa con un intento apparentemente educativo, quasi pedagogico: uno dei tweet più condivisi

dell'account di *Black Mirror* recita: “Our job is to explain what's happening to you as best as we can”. Difatti, *Black Mirror* ha da sempre fatto trasparire attraverso i suoi immaginari e le sue speculazioni sul futuro una lettura critica della nostra società contemporanea, e in particolare della nostra attuale condizione postmediale.

È una serie che parla di tecnologia e comunicazione nelle sue componenti più varie e complesse, e di conseguenza anche di rapporti sociali e personali, innescando commenti e discussioni su vari media e social, in un gioco di scambio continuo tra realtà e finzione mediale, tra presente e futuro. Il rapporto di reciproco rimando tra questi aspetti spaziali, temporali e attanziali non è solo legato ai temi trattati, vale a dire il ruolo pervasivo di tecnologie e media nel determinare la realtà sociale, ma ruota attorno alla specifica forma e formato seriale che caratterizza il prodotto.

La serie sembra volersi porre come racconto capace di sintetizzare e rimediare la cultura mediale attraverso la costruzione e la proiezione del suo immaginario. La premediazione di questi scenari futuri non ne estremizza l'alterità, ma, servendosi dello schema antologico, permette di operare catene di rimandi intertestuali immanenti al mondo della serie, rendendo più incisivi una serie di riferimenti e ancoraggi alla nostra realtà quotidiana di consumo.

Si tratta di riferimenti esterni e rimandi interni capaci di catturare lo spettatore nella sua stessa pratica di consumo mediale e seriale del prodotto. In questo modo, *Black Mirror* è capace di giocare con il proprio pubblico e con la sua stessa voglia di giocare, abbracciando del tutto, o forse anche esasperando il processo di *gamification* che sta investendo tutti i prodotti medialità<sup>134</sup>. Il movimento generato dal fandom e, in particolare, dalle social community di spettatori, nasce proprio grazie alla continua attenzione per dettagli e suggestioni che contribuiscono ad amalgamare il prodotto.

Non è difficile sostenere che tutte le storie coesistano nello stesso universo: sia le storie più legate al nostro presente che quelle apparentemente più distanti, più distopiche, sono congiunte da una serie di elementi e citazioni di altri episodi che le collocano, verosimilmente, in un medesimo cronotopo, capace di espandersi al di là dell'universo narrativo verso la realtà dello spettatore/utente.

Ciò permette non solo di leggere molti degli immaginari futuri rappresentati come storie possibili del nostro presente, ma soprattutto di prendere come riferimento il cronotopo *Black Mirror* per interpretare e catalogare alcuni “episodi reali” come altrettanti capitoli della stessa serie; come è accaduto ad esempio il

---

<sup>134</sup> La questione della gamification, già sottolineata da Grusin (2017) nel suo studio su alcuni casi di premediazione cinematografica, sarà centrale nell'analisi di *Bandersnatch* che seguirà a breve.

giorno dell'elezione di Trump a Presidente degli USA, in cui durante una manifestazione comparve un cartello che recitava: "This episode of Black Mirror sucks".

Non è forse un caso che lo specchio infranto sul logo e nella sigla della serie - il *black mirror* - venga fatto coincidere con lo schermo del medium: non più una superficie di mediazione e riflessione del reale, ma una superficie oscura, profonda, di assorbimento del reale.

### *Il futuro ad un bivio*

Questa serie di dinamiche e meccanismi riflessivi che portano al collasso tra realtà e immaginario e tra temporalità apparentemente diverse viene estremizzata nel caso dell'episodio di "Bandersnatch". Eppure a prima vista ci troviamo di fronte ad un episodio tutt'altro che paradigmatico, difficilmente ricollocabile all'interno di una particolare stagione, se non all'interno dello stesso ecosistema Black Mirror.

L'episodio non è ambientato in uno scenario futuro o in un mondo immaginario, ma a Londra nel 1984. Stefan, il protagonista, è un giovane informatico che sta progettando un videogioco interattivo chiamato "Bandersnatch", sulla base di un omonimo libro-game. Lo spettatore, attraverso una serie di scelte binarie (secondo lo stesso principio del libro e del videogioco) è chiamato a guidare e ripercorrere la progettazione del gioco da parte di Stefan.

A tale proposito, le scelte iniziali, più che una rilevanza narrativa, servono allo spettatore a prendere confidenza con il meccanismo dell'episodio, oltre che individuarne e riconoscerne il mondo di riferimento (fig. 41).



Fig. 41: *Bandersnatch* – scelte iniziali

Tuttavia, le scelte successive acquisiscono un crescente peso specifico nello stabilire le diramazioni della storia. Anche se spesso, queste scelte appaiono condizionate: alcune opzioni risultano preferibili rispetto ad altre, e in alcuni casi, entrambe le opzioni presentate in una scelta assumono esplicitamente la stessa valenza, lo stesso senso.

Difatti, è come se ci fosse una sorta di filo rosso che collega la serie di scelte in direzione di un obiettivo: portare Stefan a realizzare con successo il proprio videogioco. Non tutte le scelte dello spettatore interattivo dunque si rivelano “corrette” e spesso la storia ci riporta indietro ad un precedente *check point*, dandoci una seconda possibilità di fare la mossa “giusta”.

Ciò avviene in diversi modi; per esempio seguendo i suggerimenti che alcuni personaggi danno a Stefan (ma in realtà rivolti allo stesso spettatore), che spingono il protagonista a ricominciare da capo oppure ad andare avanti; oppure cogliendo nella frustrazione di Stefan, portato a ricalcare i bivi e le direzioni cruciali del proprio lavoro, un suggerimento a fare lo stesso (fig. 42).



Fig. 42: Stefan ricalca i bivi del suo progetto

A un certo punto dell’episodio è lo stesso simbolo del percorso di scelte binarie (icona del grifo Bandersnatch) a materializzarsi come opzione da scegliere ai fini della risoluzione del gioco (da parte di Stefan) e dell’episodio (da parte dello spettatore). In questa scelta, il simbolo del grifo è contrapposto all’opzione “Netflix”. Scegliendo quest’ultima opzione, invece, Stefan viene messo al corrente di essere un semplice personaggio di un episodio televisivo di una piattaforma futura, chiamata appunto “Netflix”, e di come la sua vita sia determinata dalle scelte degli utenti di questa piattaforma (fig. 43). Tuttavia, è vero anche il contrario

- ovvero di come sia l'obiettivo del gioco determinare le scelte corrette dello spettatore, e quindi ad orientarlo in questo caso specifico verso l'opzione del grifo, simbolo di una paradossale libertà di scelta forzata.

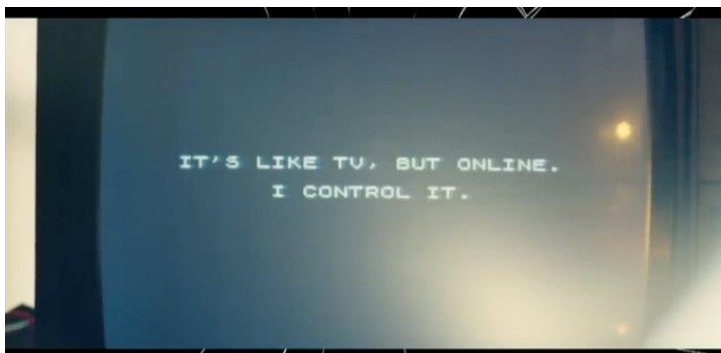
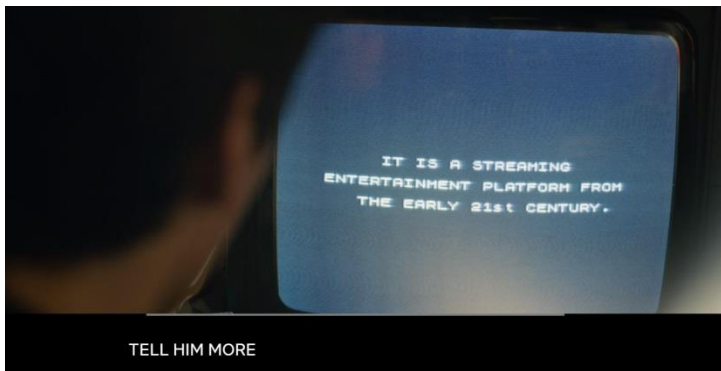


Fig. 43: Opzione "Netflix".

La serie di scelte corrette porta al finale possibile in cui Stefan termina con successo il videogioco. Seguendo questo finale, la storia si sposta ai nostri giorni, in cui una giovane programmatrice sta progettando un episodio televisivo interattivo (probabilmente per Netflix), chiamato "Bandersnatch", e basato sul videogioco realizzato da Stefan 35 anni prima (fig. 44). L'esplicito riferimento al

prodotto che lo spettatore sta consumando in quel preciso istante chiude il cerchio di inscatolamenti narrativi, temporali ed enunciazionali, attraverso cui il prodotto si



Fig. 44: Rimediazione televisiva di *Bandersnatch*

#### *Futuro e distopia nel 1984*

Quello di “Bandersnatch” è un universo narrativo che tesse delle relazioni spaziali, temporali e attanziali con il piano del suo consumo mediale ancora più complesse rispetto a quanto già visto nel caso di *Wall-E*. L’episodio opera una vera e propria operazione archeologica: uno scavo a partire dalle tecnologie contemporanee per riscoprirne le radici e, in qualche modo, per riattivare questi legami di parentela sia su un piano culturale che più strettamente tecnico e operativo. “Bandersnatch” si presenta come una rimediazione delle tecnologie del passato e, in particolar modo, delle loro strategie di premediazione del futuro.

Non a caso, l’operazione di scavo si ferma (per poi ripartire) al 1984; si tratta di una data altamente simbolica, che oltre a richiamare l’anno della celebre distopia Orwelliana, rappresenta l’anno di lancio del primo Macintosh: evento che segna la transizione verso (e la premediazione di) un futuro utopico grazie al potenziale rivoluzionario di questa nuova tecnologia. E ora che quel futuro si è fatto presente – il nostro – ne viene rivelato e proiettato retroattivamente l’aspetto più distopico, proprio attraverso i media e le tecnologie da cui questo futuro era stato lanciato.

In questo gioco di rimediazione e premediazione l’episodio riesce a far conciliare due diversi tipi di distopia: da un lato, la distopia della sorveglianza e del controllo, dell’impossibilità di scelta, del destino eterodiretto, vissuta dal personaggio come in un vero e proprio *1984*; dall’altro lato, la distopia esperita

dallo spettatore della scelta a tutti i costi e dell'esposizione - nient'altro che una forma più contemporanea di sorveglianza e al controllo.

In altre parole, tramite il collegamento (e collasso) tra tempi, mondi e soprattutto istanze diverse (il personaggio e lo spettatore) lo scenario distopico stile *1984*, forse un po' "scaduto", risulta funzionale all'attualizzazione di uno scenario distopico contemporaneo, della libera scelta forzata che ci riguarda da vicino come spettatori e consumatori di media, ma più in generale come soggettività. È proprio la paranoia verso il sistema ad essere ritradotta e focalizzata in termini di paranoia introiettata, della propria coscienza (sono io a decidere/fare?) – aspetto che offre un tocco più contemporaneo alla distopia come piatta critica sistemica e azzeramento della coscienza soggettiva.

Così come tempi, mondi e personaggi collassano, anche i due aspetti distopici non rimangono così chiaramente separati e distinti. Sia Stefan che lo spettatore infatti sono portati continuamente a dubitare il valore (e la possibilità) delle scelte eseguite: *sono io che scelgo, o è il sistema che sceglie per me?*

Queste domande emergono inevitabilmente a causa del cortocircuito tra "diversi" piani: Stefan è programmatore di un gioco interattivo ed è, allo stesso tempo, oggetto di una rimediazione televisiva del suo stesso un gioco – giocato dallo spettatore, la cui interattività futura è già premediata dall'episodio. Tant'è che la storia è molto appiattita lungo questo gioco di (non) scelte e di inscatolamenti. Ed è proprio la strategia di costruire totalmente la storia lungo il suo meccanismo di enunciazione e consumo ciò che rende l'interattività di questo episodio un puro esercizio di stile.

Difatti, Il testo non stimola l'attività interpretativa dello spettatore - base per una reale *forma* di cooperazione e interazione tra testo e spettatore/utente - ma si presenta esclusivamente come macchina per la riproduzione del proprio meccanismo mediale: soluzione di una *formula*, profezia che si autoavvera.

D'altronde, le opzioni presentate spesso risultano avere la stessa valenza narrativa, all'interno di un percorso che, per quanto apparentemente sfaccettato e multidirezionale, conduce sempre verso un epilogo già predeterminato. Le "disgiunzioni di probabilità" (Eco 1979) sono trasformate in "scelte tattili" (cfr. McLuhan 1964; Baudrillard 1976), che si richiamano concretamente l'utente ad optare digitalmente per un determinato sviluppo della storia, sino alla dissoluzione della schermo di mediazione - ma solo al fine di integrare operativamente lo spettatore all'interno dell'ambiente mediale, della sua logica digitale, seriale e transmediale.

Non è un caso che parte dell'attività o, meglio, del piacere feticistico dello spettatore-utente consista proprio nella ricostruzione di tutti i percorsi di scelta possibili, sino alla realizzazione e alla condivisione sui social di diagrammi che ne riproducano lo schema narrativo complesso ma concluso, il modello mediale interattivo ma riflessivo. Un obiettivo che induce lo spettatore ad una visione multipla e serializzata dell'episodio e al relativo dibattito su altre piattaforme mediatiche: ecco in che modo si realizza l'interattività.

A tale proposito, è interessante analizzare la modalità in cui si presenta il meccanismo di consumo interattivo dell'episodio a livello dell'enunciato. Come visto sopra, a un certo punto della storia, scegliendo l'opzione "Netflix", viene rivelato il potenziale distopico della piattaforma e del suo meccanismo di interattività. Difatti, a prevalere in *Bandersnatch* è una meta-narrazione che fa il verso alla cospirazione, individuando in Netflix l'origine del "male", della distopia – narrazione subito sconfessata dalla "realtà", o meglio ancora, dal mito dell'interattività che lo stesso Netflix permette.

Al di là di questa sua autorappresentazione parodica in quanto sistema di controllo e raccordo delle istanze in gioco, è di fatto l'operatività di Netflix che costruisce l'interdipendenza tra i diversi livelli testuali e delle rispettive forme di controllo. Oltre che proiettarsi e premediarsi narrativamente in un immaginario passato, Netflix attualizza immediatamente il proprio immaginario distopico attraverso la sincronizzazione di questo immaginario con la sua forma di produzione/consumo interattiva - così come lo stesso episodio ci ri-vela senza farcene rendere del tutto conto.

*Bandersnatch* si presenta come un caso reale di premediazione: attualizzazione del proprio immaginario distopico nel presente della sua enunciazione. Non vi è modo migliore per evidenziare la complessità e l'ambivalenza del fenomeno della premediazione e della sua doppia logica costitutiva: riportare l'immaginario distopico all'esperienza della sua mediazione nel presente e nuovamente feticizzarlo proprio nel momento di questa sua esperienza mediata.



### 12.3. Love Death + Robots: tra mito e archeologia

Seppur a prima vista diversi, sono molti i punti che accomunano *Love Death + Robots* (LD+R) a “Bandersnatch” e all’intera saga di *Black Mirror*. LD+R si presenta come una serie (antologica) di brevi miti, in cui viene data una lettura critica di valori, immaginari e pratiche che caratterizzano il nostro tempo, attraverso la loro proiezione lungo nuove coordinate spazio-temporali.

Anzi, è proprio l’emersione delle forme culturali del presente, dei meccanismi nascosti che soggiacciono alla nostra esperienza quotidianità, ciò che ci porta ad un sostanziale disorientamento ed estraniamento nel consumo di queste storie che infondo parlano di noi. Non è solo il nostro tempo presente ciò che si cela dietro questi racconti: sono molte le rivisitazioni in chiave futuristica di eventi della storia passata. In ogni caso, ciò che accomuna e attualizza tutti questi bricolage temporali è proprio il ruolo chiave riservato a media e tecnologie.

Nell’episodio “Tre robot”, ambientato in uno scenario post-apocalittico in cui nessuna forma di vita organica sembra essere sopravvissuta<sup>135</sup>, i tre robot sono protagonisti di alcune ricostruzioni temporali. Difatti, i tre operano una sorta di archeologia dei media<sup>136</sup>: essi scavano all’interno dei loro database<sup>137</sup> e di quelli di altri media del periodo pre-apocalisse, nei quali sono iscritte le tracce del passato, e attraverso le quali è possibile ricostruire e rimediare tale passato.

Se il passato umano può emergere ormai solo in forma di narrazione mediale o mediata dagli oggetti che ne caratterizzavano la cultura, non è lo stesso per quanto

---

<sup>135</sup> In realtà, nel mondo dell’episodio un ruolo centrale quanto peculiare è affidato ad un gatto (e, in conclusione, ad un’intera colonia di felini) che inspiegabilmente è sopravvissuto all’Apocalisse. Sul perché di questa scelta, molti fan sul web hanno cercato di dare una spiegazione. Un’ipotesi personale è legata a un aneddoto: un programma informatico per la creazione di volti umani virtuali, ma iperrealistici nelle sembianze, basato sulla raccolta di immagini di volti reali all’interno di una serie di database online, ha provato una simile operazione di riproduzione di/tramite immagini di gatti; molte delle immagini realizzate risultavano accompagnate da elementi memetici, in quanto la maggior parte dell’enciclopedia visiva online che ruota attorno ai gatti deriva in gran parte da meme, di cui questi felini sono spesso protagonisti assoluti. In un certo senso, è possibile che gli autori abbiano voluto ritematizzare questa proliferazione e integrazione quasi totale dei gatti (e dell’operato degli user) all’interno di media e tecnologie social – ciò che ha permesso a questi felini di sopravvivere alla fine del mondo reale.

<sup>136</sup> Una vera e propria archeologia è al centro degli episodi “Il succhia anime”, “La notte dei pesci” e “La guerra segreta”, in cui l’operazione di scavo serve a far tornare in vita nel *presente*, o evocare la *presenza* di mostri, fantasmi e creature mitologiche che abitavano stratificazioni di tempo e spazio passate. Ancora più particolare il caso de “La discarica”, nel quale un mostro-compost(o) di oggetti rotti, materiali di scarto (anche vecchi media non più funzionanti) prende vita autonomamente, a discapito degli esseri umani che ritenevano quel cumulo di spazzatura, e la stessa discarica, non più funzionale/funzionante.

<sup>137</sup> Il tema della memoria digitale e del suo ruolo nella riformulazione del tempo e della temporalità è centrale nell’episodio “Punto cieco”. Sullo stesso tema si veda Ernst (2011; 2013).

riguardo gli stessi media, il cui presente, o meglio, la cui presenza anacronistica è sancita dal loro essere ancora operativi – come testimonia il suono di un vecchio Jukebox. Ciò, in qualche modo, mette in evidenza una sorta di autonomia materiale e temporale di oggetti e media (di cui si ricercano nuove funzioni) rispetto alla dimensione umana.

Se quella compiuta dai tre robot è una ricerca archeologica, quella compiuta dall'episodio non è nient'altro che una premediazione: l'Apocalisse non è stata (non sarà) un momento discreto, finale, lungo l'asse sintagmatico del tempo, ma piuttosto la riproduzione di modelli di vita fatali alla stessa vita: una fine del tempo e della storia umana come condizione paradigmatica della nostra cultura.

Lo stesso tono ironico, dai connotati ancora più obliqui e paradossali, sembra caratterizzare un altro episodio incentrato sulla ricostruzione mediale del tempo e della storia. Nel capitolo "Alternative storiche", il programma *Multiversity* (presentato allo spettatore senza alcuna distanza diegetica, ma come se fosse un programma operativo lungo lo stesso schermo di visione dell'episodio) offre delle "fantastorie virtuali", ovvero ricostruzioni di alcuni scenari storici a seguito del cambiamento di alcune variabili. Per esempio, cosa sarebbe successo se Hitler fosse morto in altre circostanze? (fig. 45)



Fig. 45: *Multiversity* - Demo

Nell'ultimo scenario offertoci, Hitler muore a seguito di un paradosso spazio-temporale creato da un Hitler futuro, tornato nel passato nel tentativo vano di salvare se stesso. Il programma, che fino a quel momento era stato semplice superficie di mediazione di una serie di racconti virtuali, sembra attualizzare la propria *presenza* all'interno dello scenario mediato, rimanendo anch'esso 'vittima' del paradosso spazio-temporale narrato: la sua interfaccia improvvisamente smette di funzionare. Per di più, attraverso la sovrapposizione tra interfaccia del

programma e schermo di visione, fa sì che la presenza e l'interruzione del programma venga esperita in maniera simulata anche dallo spettatore.

Marcando e giocando con il carattere simulacrale di *Multiversity*, l'episodio dissimula e proietta su un piano narrativo e discorsivo il meccanismo di premediazione del futuro che i media realmente attualizzano grazie alla loro presenza nel presente della spettatrice.

L'episodio "L'era glaciale" mette in scena nuovamente un caso di premediazione. Tale compito è affidato ad un freezer, un medium inusuale, ma efficace per la sua capacità non del tutto metaforica di "congelare" il tempo. I due protagonisti della storia, appena trasferitisi in un nuovo appartamento, trovano un *vecchio* (ma ancora funzionante) freezer, attraverso il quale assistono increduli alla riproduzione in miniatura della storia del mondo e dell'umanità (fig. 46).



Fig. 46: *L'era glaciale*

Il freezer non costituisce semplicemente una superficie di proiezione narrativa, ma un medium, un'ambiente concreto, dove ha luogo un susseguirsi di eventi che coinvolgono materialmente i due inquilini al di là della superficie di mediazione. Allo stesso tempo, i due protagonisti conservano un sostanziale ruolo di spettatori della loro stessa storia, che si riproduce ciclicamente e indipendentemente da loro. Ed ecco nuovamente una (meta)rappresentazione del meccanismo di premediazione, tra rappresentazione immaginaria ed esperienza concreta.

A tal proposito, da notare come questo episodio sia l'unico della serie dove i due protagonisti sono attori in carne ed ossa - ciò per favorire un'identificazione dello spettatore ed un avvicinamento dell'esperienza di visione al mondo della narrazione e, al contempo, per evidenziare il distacco di personaggi e spettatori

dall'immaginario che stanno guardando rispettivamente attraverso il freezer e lo schermo.

L'episodio "Buona caccia" è ambientato tra Cina e Hong Kong ai tempi del colonialismo britannico e della rivoluzione industriale, ma le innovazioni meccaniche e tecnologiche che vengono messe in scena conciliano un'estetica tipica della Cina imperiale e premoderna con un design che può apparire futuristico persino ai nostri giorni.

Il mix di tempi ed estetiche sul piano dell'espressione riflette un collasso temporale sul piano del contenuto: la storia ci narra di una donna-volpe, un'esemplare di un'antica specie di demoni mutanti capace di ammaliare e *possedere* gli uomini. Tuttavia, il progresso industriale ha oggettivato il mondo, dissolvendone ogni magia e trascendenza. Privata di poteri e fascino misterioso, la donna-volpe ha perso la propria capacità di trasformazione ed è ora lei ad essere *posseduta* dagli uomini.

Il co-protagonista dell'episodio è il figlio di un vecchio cacciatore di demoni: un giovane ma esperto operaio meccanico, che utilizza la sua sofisticata conoscenza in ambito tecnologico per restituire la *magia* alla donna-volpe, costruendo per lei un nuovo corpo mutante (fig. 47). Così come il padre mediava tra mondo umano e sacro, il figlio media tra mondo umano e mondo della nuova magia/diavoleria tecnologica.

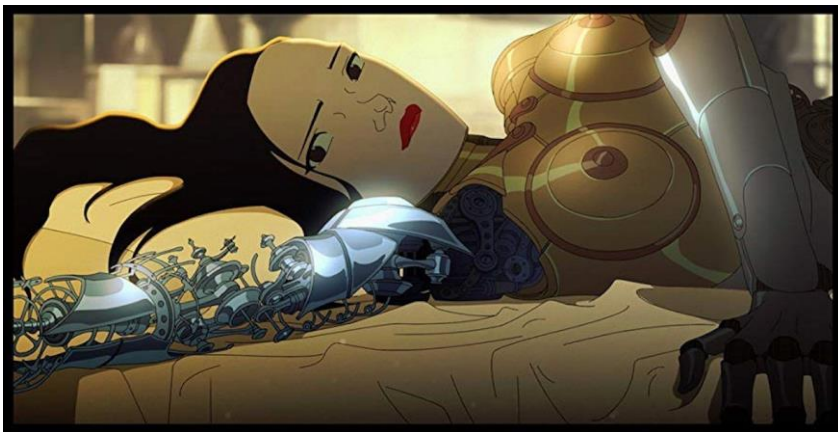


Fig. 47: *Buona caccia*: la magia della tecnica

Più che riportare un po' di magia al mondo attraverso media e tecnologie, il ragazzo segue e si abbandona<sup>138</sup> alla magia già insita nelle macchine, al loro

---

<sup>138</sup> Il tema dell'affidarsi, sino al totale abbandono, alle macchine e al loro ambiente operativo è centrale in altri due episodi di *LD+R*, "La notte dei pesci" e "Lucky 13".

“prender vita”<sup>139</sup>. Si tratta di un chiaro esempio di feticismo, in cui l’essere umano rimane ammaliato e soggiogato dalla vitalità che assumono i propri oggetti. Lo stesso protagonista afferma la forza trainante dell’innovazione tecnologica, come essa “si evolve, e io con lei”.

In questa coevoluzione è riscontrabile quel meccanismo feticistico tipico della serialità contemporanea, in cui lo spettatore/utente si rivede a distanza ripercorrere e meravigliarsi di fronte allo sviluppo autonomo del medium in cui egli stesso è rimasto catturato e operativizzato. In questo modo, la storia ci *ri*-vela come dietro al feticismo che caratterizza il mito di media e tecnologie non si nasconde nessuna magia, se non l’arcano del loro stesso principio autonomo di funzionamento<sup>140</sup>.

“Zima Blue” narra la storia di un misterioso omonimo artista, diventato celebre per l’uso enigmatico di una particolare tonalità di blu (fig. 48). In un’intervista, Zima racconta come la sua arte sia sempre stata volta alla ricerca di un contatto con il cosmo, lungo la quale la forma umana risultava essere “un soggetto troppo insignificante”, a differenza dell’uso del blu, che invece si presenta come traccia autentica di questa contatto.



Fig. 48: Zima Blue

Ora Zima è pronto a mostrare al mondo l’epilogo di questo suo percorso artistico. In una piscina contornata di piastrelle dalla celebre tonalità blu, Zima progressivamente si scompone, sino a rivelarsi per ciò che era in origine (fig. 49):

---

<sup>139</sup> Si pensi al caso di Wall-E (12.1).

<sup>140</sup> Lo stupore nello scoprire che dietro ai misteri della macchina non vi è altro che la macchina stessa è un tema e un’immagine chiave dell’intera serie, sin dal primo episodio “Il vantaggio di Sonnie”. La protagonista Sonnie, a guida del suo mostro meccanico da combattimento, si rivela essere una replicante altrettanto cibernetica della vera Sonnie: il mostro.

un semplice robot dedito alla pulizia di quella stessa piscina (si scopre che il nome Zima è lo stesso dato alla tonalità di blu dalla ditta di piastrelle): “Lascero' quanto basta per apprezzare il mio ambiente. Da questo otterrò il semplice piacere di un compito ben eseguito. La mia ricerca della verità alla fine si è conclusa: sto tornando a casa”.

La *fine* della ricerca del cosmo coincide con la sua *origine*: l'ammios della macchina. L'arte viene privata di qualsiasi valore trascendentale e, al contempo, anche di una *finalità* umana; essa si riduce alla riproduzione di un gesto ripetitivo e seriale che coincide con il movimento funzionale della macchina. Di questo percorso circolare e conchiuso, l'umanità non è altro che spettatrice, pubblico ammaliato dallo scoprire che dietro ai misteri dell'arte di Zima non vi è altro che il proprio principio operativo e macchinico, che continua comunque a stupirci e ammaliarci nella sua ripetizione.

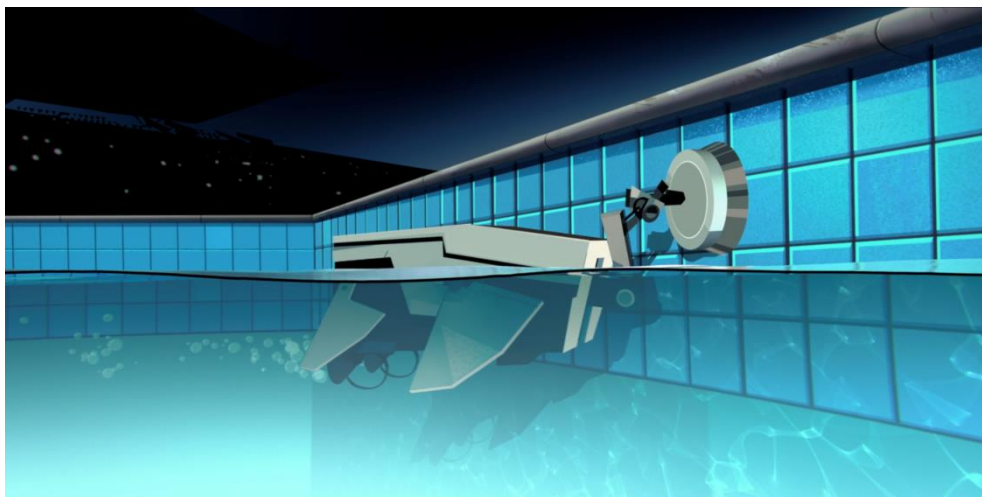


Fig. 49: Fine e origine di Zima Blu

## Conclusioni

Se l'introduzione a questa tesi costituiva una sorta di riassunto di un lavoro giunto al proprio termine, la conclusione vuole invece riportare a quelli che sono stati i presupposti del mio percorso di studio. Il progetto di ricerca presentato a inizio dottorato si focalizzava sui processi di sussunzione di *contenuti critici* all'interno di *forme egemoniche*, al fine di rilevare possibili strategie di resistenza a questo meccanismo di costante integrazione. In altre parole, si trattava di un'indagine sulle pratiche capaci di attualizzare il loro potenziale sovversivo, apocalittico, rispetto all'ordine costituito, alla norma prestabilita.

La mia attenzione si è concentrata principalmente sulle modalità di sussunzione dei contenuti critici - questione che purtroppo ha assorbito quasi del tutto il mio tempo di lavoro, e che solo ora costituisce un presupposto per avanzare alcune ipotesi sulle eventuali forme di resistenza a questo processo, così come mi ero ripromesso a inizio ricerca.

Allora, il significato della categoria "contenuti critici" rimaneva piuttosto vago e imprecisato, tant'è che questa espressione è stata quasi del tutto abbandonata nel corso della stesura della tesi. Tuttavia, proprio in fase di scrittura, mi sono accorto che la criticità di questa categoria non sta tanto nell'attributo di "critico", ma nell'uso del sostantivo "contenuto": un termine, semioticamente parlando, presuppone già la propria integrazione all'interno di un sistema - in quanto suo *contenuto*, appunto. Lo stesso si può dire per un'altra nozione - che progressivamente ha sostituito quella di "contenuto" in questo lavoro - come quella di "differenza", definibile come elemento variabile di una *serie* o, più in generale, di un sistema semiotico.

Più nello specifico, mi sono concentrato su quelle occorrenze segniche concrete il cui significato o valore sembra emergere come un'unità discreta, frutto del lavoro creativo di produzione e/o interpretazione di un soggetto, al di là della correlazione stabilita dal codice sociale, dalla norma astratta soggiacente l'occorrenza particolare. Rientrano in questa categoria le occorrenze di cui viene forzata la "dimensione funzionale", ovvero la funzione di rimando a un soggetto, a un significato positivo, ad un valore di verità, ad un referente naturale e/o reale, che si pone oltre la soglia del segno, della sua struttura interna e del suo funzionamento autonomo.

Come si è visto, ogni qual volta si tenta di forzare tale funzione - spesso grazie al supporto estensivo di protesi tecniche e mediali - oltre la soglia delineata

dallo stesso segno, ciò che ne trae beneficio è la complementare “dimensione strutturale” di quest’ultimo. In altre parole, la funzione segnica ripristina e progressivamente accresce il proprio equilibrio interno, la propria coerenza, integrando come contenuto, o meglio ancora, come elemento differenziale all’interno del proprio sistema significativo qualsiasi tentativo di rimando al di fuori di questo. Insomma, sembrerebbe essere preclusa la possibilità di un’istanza non già da subito incasellata in un codice normativo che ne determina la funzione e il destino.

È una situazione facilmente analizzabile attraverso lo schema narrativo canonico greimasiano. Vi sono due possibili letture di questo schema e, in particolar modo del rapporto tra Destinante e Destinatario. Su un piano, l’identità del Destinante si definisce esclusivamente in relazione a quella del Destinatario con il quale stipula il contratto. Tale configurazione dà ampio credito al Destinatario, il quale ha la possibilità di negoziare i termini del contratto e, addirittura, di opporsi al mandato del Destinante. A mio avviso, si tratta di un corollario dello schema narrativo generativo che, seppur in termini differenti, è a fondamento di una semiotica di stampo più interpretativo. In questa prospettiva, come si suol dire, si è “dalla parte del Destinatario”, o del Lettore, a cui viene data la facoltà pratica (la *competenza*) di interpretare in maniera polemica e talvolta aberrante il messaggio del Destinante, dando vita a quella che può essere definita una “guerra semiologica”. Sempre in questo quadro teorico, è il Soggetto-Destinataro-Interprete ad essere l’elemento necessario affinché il senso possa essere attualizzato.

In questo lavoro, tuttavia, mi sono soffermato su un piano differente della stessa questione. È il Destinante ad essere istanza trascendente e necessaria, ponendosi (o ponendolo) come garante del contratto, e dunque come responsabile della tenuta di tutto un sistema di valori su cui la narrazione e il senso prendono forma. In questo quadro, la linea narratologica non si muove dal Destinante al Soggetto-Destinataro, per poi giungere all’Oggetto di valore. È piuttosto l’Oggetto, *di valore* proprio perché in funzione del sistema stabilito dal Destinante, ad attrarre il Soggetto e a mettere in moto l’intero ciclo narrativo – al punto da far coincidere lo stesso Oggetto di valore con la figura del Destinante. Non è un caso che la narrazione, attraverso tutte le sue fasi sia finalizzata ad una *sanzione*, che non può che avvenire in riferimento al sistema di valori costituito in partenza. La stessa *performance* del Soggetto non può essere letta in termini di “azione”, ma più di operatività rispetto a un protocollo, a partire da una *manipolazione* dello stesso



Soggetto, da un *far-fare* – modalità che evidenzia la circolarità e la chiusura di tutto lo schema narrativo.

Attraverso questi fondamenti di semiotica narrativa, ho cercato qui in conclusione di riassumere alcune delle questioni chiave di tutto il mio lavoro; prima tra tutte, la crisi del soggetto, la messa in dubbio della sua possibilità di *azione*, di fronte alla *passione* nei confronti dell’Oggetto di valore. Si tratta di un oggetto feticcio, non tanto perché mistificatore del soggetto, ma proprio in quanto incapace sia di nascondere che di rivelare qualcosa o qualcuno al di fuori di se stesso, del proprio meccanismo autonomo, del proprio gioco esclusivo, della propria perfezione e chiusura logica.

\*\*\*

Tutto ciò non deve però condurre ad una conclusione affrettata, secondo la quale non vi sia più possibilità per il soggetto di sfuggire alla norma prestabilita, al proprio destino ineluttabile. Semplicemente, bisogna constatare la necessità di una nuova strategia che possa tenere conto delle condizioni di partenza, per porre una sfida alla norma sul suo stesso campo, attraverso le sue stesse regole. Dopotutto, c’è sempre più gusto nel vincere fuori casa.

Ed è qui che entra in gioco la categoria di feticismo, che ho declinato come il piacere di essere sedotti/e e manipolati/e dal fascino dell’oggetto, di perdersi nella sua struttura labirintica, senza la necessità di trovare una via di fuga. Solo ripercorrendone le connessioni interne, cogliendone la logica e risolvendone il disegno, si può condurre la norma al di là dei propri limiti, verso una deriva.<sup>141</sup>

È come nella teoria della *performatività* del genere di Judith Butler, che è stata sin dall’inizio presupposto silenzioso ma preziosissimo di questo lavoro e che ci siamo proposti di declinare in termini semiotici e di estendere a tutta una serie di campi discorsivi, pratiche e oggetti. Solo in questo modo è possibile trovare spazi di soggettivazione sovversiva *attraverso e oltre* la norma prestabilita, attraverso e oltre le regole di produzione, consumo e interpretazione imposte dall’Oggetto-Destinante.

Una performance o performatività che ho cercato di indagare in primis nel campo dei media. In particolare, si è visto con Eco (1964; cfr. Lorusso 2014) come la critica apocalittica verso la cultura di massa e i suoi messaggi-merci si riveli

---

<sup>141</sup> Non è forse un caso che Baudrillard, a più riprese, riprende la nozione di “manipolazione” segnica declinandola in termini di presa parte al gioco di interscambiabilità tra segni di un sistema, risoluzione del gioco e dello stesso sistema di riferimento. In particolare, si veda la sezione su “L’anagramma” ne *Lo scambio simbolico e la morte*.

altrettanto ideologica e integrata. Non è un caso che sia la stessa cultura dei consumi, attraverso i suoi strumenti e le relative forme di comunicazione, a presentare prodotti apparentemente critici verso se stessa: profezie apocalittiche che si rivelano strategia efficace per sublimare le contraddizioni in altrettanti elementi-differenze del proprio sistema feticizzato; un modo per esorcizzare – o meglio integrare – il proprio *destino*, la propria *fine* in un ennesimo *termine* della propria serie.

È difatti la forma seriale che, cristallizzando qualsiasi contraddizione e immobilizzando qualsiasi processo dialettico attraverso il suo gioco feticistico di rimandi tra i propri elementi differenziali, garantisce a un determinato sistema cultura una certa coerenza, stabilità e continuità. A tale proposito, non è un caso che molti degli oggetti mediali analizzati nel corso di questo lavoro costituiscano – per dirla alla Barthes - dei veri e propri *miti d'oggi*: frammenti di *informazione* su un presente quasi atemporale, che inibisce la *formazione* di una coscienza storica e rivoluzionaria.

Vi è però un autore che ha saputo indagare più a fondo il rapporto tra serie e storia, rivelandone le ambivalenze e le inaspettate potenzialità: si tratta di Walter Benjamin - altro riferimento poco citato ma assolutamente chiave di questo lavoro, a cui si vuole dedicare la nostra attenzione in conclusione e in vista di ricerche future. Benjamin, nel registrare la fine dello statuto auratico dell'opera nell'epoca della sua riproducibilità tecnica e seriale, emancipa la produzione artistica e più ampiamente culturale dal suo ruolo di riflesso cristallizzato e ideologico di determinati rapporti di potere. I prodotti artistici e culturali da macerie di un tempo passato divengono materiale vivo per un lavoro di montaggio e rimontaggio della storia e del suo senso. Ciascun frammento, rimesso in serie con altri, può aprire così a nuove prospettive sull'intera realtà, capaci di stravolgerne ordine e gerarchie apparentemente immutabili.

Non è un caso che lo stesso Eco in occasione di una tavola rotonda per il cinquantenario di *Apocalittici e integrati*, sottolineasse la necessità di “un Benjamin [...] il grande cacciatore di perle [...] che catturava frammenti preziosi (di passato) per farne nuove forme (di futuro)” (in Bonfante 2014: 28). In questo richiamo al lavoro di Benjamin,

Non c'è soltanto la critica delle gerarchie culturali, c'è anche un principio fondamentale della concezione semiotica che Eco avrebbe in seguito sviluppato: il mondo di segni e significati in cui siamo immersi non è fatto come un albero una radice, con le sue ramificazioni gerarchiche e genealogiche; ma come un rizoma [...] è smontabile, rovesciabile e in linea di principio non ha né inizio né fine. Dunque,

persino un punto apparentemente umile e banale [...] non solo può essere collegato a porzioni molto diverse e intricate del grande groviglio della cultura, ma così facendo ci permette di capire meglio il groviglio stesso. (ivi: 29)

Ed è a questo punto che è possibile costruire un altro prezioso collegamento: in un celebre racconto di Borges, il protagonista si ritrova casualmente in una vecchia cantina, piena di oggetti perduti e cianfrusaglie dimenticate; ad un certo la sua attenzione viene attratta da un punto scintillante, attraverso il quale, guardando con attenzione, è possibile vedere tutto il mondo –

Ecco: il gesto di Eco è quello di chinarsi a guardare un aspetto apparentemente umile e banale della nostra cantina quotidiana e farne un *Aleph* che ci fa vedere o intravedere un mondo [...] bisogna prima avvicinare lo sguardo a un dettaglio e poi arretrarlo per stabilire connessioni e com-prenderlo in un reticolo di rimandi. (ivi: 28-29)

A tale proposito, la semiotica si presenta come una lente privilegiata. Il privilegio però non sta tanto nel potere costruire le cose in ordine diverso, libero, ma più semplicemente nella consapevolezza di costruirle. Non c'è Destinante a priori, né destino nel momento stesso del suo compimento, ma lo sguardo retroattivo di un Destinatario capace di individuare elementi, ruoli, e posizioni solo dopo averne stabilito relazioni reciproche e sviluppi narrativi. Solo con questa consapevolezza e competenza è possibile spingere all'estremo la spirale riflessiva e feticistica dei sistemi mediali, culturali e più in generale semiotici, accelerandone la chiusura, per poi assistere in estasi allo spettacolo apocalittico del proprio destino.

## Bibliografia

- Abercrombie, N., Longhurst, B. 1998. *Audiences: A sociological theory of performance and imagination*. London: Sage.
- Adorno, T. W., Horkheimer, M. 1944. *Dialektik der Aufklärung. Philosophische Fragmente* (trad. it. *Dialettica dell'illuminismo*. Torino: Einaudi. 1966).
- Alovisio, S. 2018. "Dall'immagine della catastrofe alla catastrofe dell'immagine. Proposte per un'analisi morfologica.", in V. Cassone, B. Surace e M. Thibault (a cura di) *I discorsi della fine: Catastrofi, disastri, apocalissi*. Aracne: Torino. 99-122.
- Anderson, C.T. 2012. "Post-Apocalyptic Nostalgia: WALL-E, Garbage, and American Ambivalence toward Manufactured Goods." *LIT: Literature Interpretation Theory* 23: 267-282.
- Altobelli, D. 2017. "La trasparenza dei media e la fine dell'utopia. Jean Baudrillard pensatore utopico." *Mediascapes* 9: 109-125.
- Angelucci, D. "Estetica fatale." in E. de Conciliis, E. Schirò, D. Angelucci (a cura di) *Reinventare il reale – Lo sguardo. Rivista di Filosofia* 23: 153-163.
- Askwith, I. 2007. "Television 2.0.: Reconceptualizing TV as an Engaged Medium." *Theses. Comparative Media Studies*, Cambridge: MIT Press.
- Barbieri, D. 2014. "Siamo cresciuti dentro quel libro." in Anna Maria Lorusso (a cura di), *50 anni dopo Apocalittici e integrati di Umberto Eco*. Milano: alfabetà edizioni. 23-27.
- Bartezzaghi, S. 2019. *Banalità. Luoghi comuni, semiotica, social network*. Milano: Bompiani.
- Barthes, R. 1953. *Le degré zéro de l'écriture*. Paris: Seuil (trad. it. *Il grado zero della scrittura*. Milano: Lerici. 1960).
- Barthes, R. 1957. *Mythologies*. Paris: Seuil (trad. it. *Miti d'oggi*. Torino: Einaudi. 1974).
- Barthes, R. 1961. "Pour une psychosociologie de l'alimentation contemporaine." *Annales XVI*. 5: 977-986.
- Barthes, R. 1964. *Eléments de sémiologie*. Paris: Seuil.
- Barthes, R. 1967. *Système de la mode*. Paris: Seuil (trad. it. *Sistema della moda*. Torino: Einaudi. 1970).
- Barthes, R. 1980. *La chambre claire*. Paris: Seuil (trad. it. *La camera oscura*. Torino: Einaudi. 1980).
- Barthes, R. 1981. *Camera Lucida*. New York: Hill and Wang.

- Barra, L. 2017. “La complessità della televisione e quella della sua analisi.” in J. Mittell, *Complex TV. Teorie e tecniche dello storytelling delle serie tv*. Roma: minimum fax. 573-581.
- Barra L. 2019. “Il palinsesto è morto. Lunga vita al palinsesto!” *Link*, 25:195-201.
- Barra, L., Penati, L., Scaglioni, M. 2010. “Estensione, accesso, brand. Le tre dimensioni della televisione convergente.” in A. Grasso, M. Scaglioni (a cura di), *Televisione convergente. La tv oltre il piccolo schermo*. Milano: RTI. 21-31.
- Barra, L., Scaglioni, M. 2014 “TV Goes Social. Italian Broadcasting Strategies and the Challenges of Convergence.” *Journal of European Television and Culture*, 3.6:110-124.
- Basso-Fossoli, P. 2008 *Interpretazioni tra mondi. Il pensiero figurale di David Lynch*. Pisa: ETS.
- Bataille, G. 1949. *La part maudite*. Paris: Minuit (trad. it. *La parte maledetta*. Torino : Bollati Boringhieri. 2015)
- Bataille G. 1957. *L'erotisme*. Paris: Minuit: Paris (trad. it. *L'erotismo*. Sugar : Milano. 1962).
- Baudrillard, J. 1968, *Le système des objets: la consummation des signes*. Paris: Gallimard (trad. it. *Il sistema degli oggetti*. Milano: Bompiani. 1972).
- Baudrillard, J. 1970. *La société de consommation. Ses mythes ses structures*. Paris: Gallimard (trad. it. *La società dei consumi. I suoi miti e le sue strutture*. Bologna: il Mulino. 1976).
- Baudrillard, J. 1972. *Pour une critique de l'économie politique du signe*. Paris: Gallimard (trad. it. *Per una critica della economia politica del segno*. Milano: Gabriele Mazzotta editore. 1974).
- Baudrillard, J. 1973. *Le miroir de la production*. Paris: Gallimard (trad. it. *Lo specchio della produzione*. Milano, Multhipla Edizioni. 1979).
- Baudrillard, J. 1976. *L'échange symbolique et la mort*. Paris: Gallimard, (trad. it. *Lo scambio simbolico e la morte*. Milano: Feltrinelli. 1990).
- Baudrillard, J. 1979. *De la séduction*. Paris: Galilée (trad. it. *Della seduzione*. Milano: SE. 1997).
- Baudrillard, J. 1979b. “L'implosione del senso dei media e l'implosione del sociale nelle masse.” *Aut Aut* 169.
- Baudrillard, J. 1981. *Simulacres et simulation*. Galilée. (trad. it. *Simulacri e impostura*. Roma: Edizioni Pigreco. 2008).
- Baudrillard, J. 1983. *Les stratégies fatales*. Paris: Grasset & Fasquelle (trad. it. *Le strategie fatali*. Milano : Feltrinelli. 2011).
- Baudrillard, J. 1986. *Amerique*. Paris: Grasse & Fasquelle (trad. it. *America*. Milano: SE. 2009).

- Baudrillard, J. 1987. *L'autre par lui-même*. Paris: Galilée (trad. it. *L'altro visto da sé*. Genova: Costa & Nolan. 1987).
- Baudrillard, J. 1990. *La transparence du mal*. Paris: Galilée (trad. it. *La trasparenza del male*. Milano: Sugarco Edizioni, 2018).
- Baudrillard, J. 1991. *La Guerre du Golfe n'a pas eu lieu*. Paris : Galilée (trad. it. *Guerra virtuale, guerra reale. Riflessione sul conflitto del Golfo*. Milano: Mimesis. 1991).
- Baudrillard, J. 1995. *Le crime parfait*. Paris: Galilée (trad. it. *Il delitto perfetto*. Milano: Raffaello Cortina Editore. 1996).
- Baudrillard J. 2002. *L'esprit du terrorisme*. Paris: Galilée (trad. it. *Lo spirito del terrorismo*. Milano: Raffaello Cortina Editore. 2002).
- Baudrillard, J. 2006. *Patafisica e arte del vedere*. Firenze: Giunti Editore.
- Baudrillard, J., Evans, A.B. 1991. "Simulacra and Science Fiction." *Science Fiction Studies*. 18(3): 309-313.
- Bellofiore, R., 2013, "Il Capitale come Feticcio Automatico e come Soggetto, e la sua costituzione: sulla (dis)continuità Marx-Hegel." in *Consecutio Rerum. Rivista critica della Postmodernità*. [www.consecutio.org/2013/10/il-capitale-come-feticcio-automatico-e-come-soggetto-e-la-suacostituzione-sulla-discontinuita-marx-hegel/](http://www.consecutio.org/2013/10/il-capitale-come-feticcio-automatico-e-come-soggetto-e-la-suacostituzione-sulla-discontinuita-marx-hegel/) (consultato il 15 marzo 2021).
- Benjamin, W. 1936. *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica*. in A. Pinotti e A. Somaini (a cura di) *Aura e choc. Saggi sulla teoria dei media*. Torino: Einaudi. 2012.
- Benjamin, W. 2000. *I "passages" di Parigi*. Torino: Einaudi.
- Benveniste, E. 1966. *Problèmes de linguistique générale*. Paris: Gallimard.
- Bernardelli, A., Grignaffini, G. 2017. *Che cos'è una serie televisiva*. Roma: Carocci.
- Best, S. 1994. "The Commodification of Reality and the Reality of Commodification: Baudrillard, Debord, and Postmodern Theory" in D. Kellner (a cura di) *Baudrillard: A critical reader*. Hoboken, NJ: Wiley-Blackwell, 41-67.
- Bergson, H. 1896. *Matière et mémoire: essai sur la relation du corps à l'esprit* (trad. it. *Materia e memoria. Saggio sulla relazione tra il corpo e lo spirito*. Roma-Bari: Laterza. 2009).
- Bertrand, D. 2000. *Précise de sémiotique littéraire*, Paris : Nathan (trad. it *Basi di semiotica letteraria*. Roma: Meltemi, 2002).
- Bianchi, C. 2003-4. "Rossi-Landi e la semiotica del sociale: un confronto con le più recenti teorie socio-semiotiche." in *Athanos. Semiotica, filosofia, arte, letteratura*, 15:133-143.

- Bignell, J. 2000. *Postmodern media culture*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Bianchi, C. 2015. "Ferruccio Rossi-Landi: language, society and semiotics." in *Ocula*, 16.
- Bisoni, C., Innocenti V., Pescatore, G. 2013. "Il concetto di ecosistema e i media studies: un'introduzione." in C. Bisoni, V. Innocenti (a cura di), *Media Mutations - Gli ecosistemi narrativi nello scenario mediale contemporaneo. Spazi, modelli, usi sociali*. Modena: Mucchi Editore. 11-26.
- Boddy, W. 2004. *New Media and Popular Imagination. Launching Radio, Television and Digital Media in the United States*. Oxford: Oxford University Press.
- Bolter, J.D., Grusin, R. 1999. *Remediation: Understanding new media*. Cambridge: MIT Press (trad. it. *Remediation. Competizione e integrazione tra media vecchi e nuovi*. Milano: Guerini, 2002).
- Bonfante, L. 2014. "Eco e l'effetto Aleph." In A. M. Lorusso (a cura di) *50 anni dopo Apocalittici e integrati di Umberto Eco*. Milano: alfabetà edizione, 28-30.
- Boni, F. 2017. "Fantasmagoria. L'archeologia dei media tra paure e rimozioni." *Mediascapes* 8: 24-37.
- Boni, M. 2018. "La produzione di discorsività sociale negli ecosistemi narrativi." in G. Pescatore (a cura di), *Ecosistemi narrativi. Dal fumetto alle serie TV*. Roma: Carocci. 57-72.
- Borrelli, G. 2014. "Consumo di merci-segni e di segni-merci nella riproduzione sociale." in *Ocula*, 15.
- Borrelli, G. 2019 "Metodo semiotico e metodo marxiano: convergenze categoriali e questioni epistemologiche." *E/C*.
- Bottomore, S. 1999. "The panicking audience? Early cinema and the 'train effect'." *Historical Journal of Film, Radio and Television* 19(2): 177-216.
- Bourdieu, P. 1979. *La Distinction. Critique sociale du jugement*. Paris: Minuit.
- Bourdieu, P., Passeron, J. C. 1970. *La Reproduction : Eléments pour une théorie du système d'enseignement*. Paris: Minuit.
- de Brosses, C. 1988 (1760). *Du culte des dieux fétiches ou parallèle de l'ancienne religion de l'Égypte avec la religion actuelle de Nigritie*. Paris: Fayard.
- Bryson, N. 1983. *Vision and Painting: The Logic of the Gaze*. New Haven: Yale University Press.
- Butler, J. 1990. *Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity*. New York: Routledge.
- Butler, J. 1993. *Bodies That Matter: On the Discursive Limits of Sex*. New York: Routledge.

- Butler, J. 2004. *Undoing Gender*. New York: Routledge (trad. it. *Fare e disfare il genere*. Milano: Mimesis. 2014).
- Calabrese, O. 1983. "I replicanti." *Cinema & Cinema*, 35-36: 25-39.
- Calabrese, O. 1987. *L'età neobarocca*. Roma-Bari: Laterza.
- Caleo, I. 2017. "Crepino gli artisti – Ovvero: Crush your comfort zone", in *Operaviva*.
- Carini S. 2009. *Il testo espanso. Il telefilm nell'età della convergenza*. Milano: Vita e Pensiero.
- Carboni, M., Montani, P., a cura di. 2005. *Lo stato dell'arte*. Roma-Bari: Laterza.
- Casetti, F., a cura di. 1984. *L'immagine al plurale*. Venezia: Marsilio.
- Casetti, F. 1984b. "Il sapere del film." in F. Casetti (a cura di), *Un'altra volta ancora. Strategie di comunicazione e forme del sapere nel telefilm americano*. Torino: Eri. 26-31.
- Cassone, V., Thibault, M., Surace, B. 2018. "With a bang or with a whimper." in V. Cassone, B. Surace, M. Thibault (a cura di), *I discorsi della fine: Catastrofi, disastri, apocalissi*. Aracne: Torino. 9-26.
- Cereda, A. 2010. "Book reviews: Louis J. Kaplan, *Falsi idoli. Le culture del feticismo*." *Sociologica* 3: 1-3.
- Chun, W.H.K., Keenan, T. 2006. *New Media, Old Media: A History and Theory Reader*. New York: Routledge.
- Coco, A. 2006. "Le serie tv e l'esperienza del transito." *Segnocinema* 142: 24-27.
- Codeluppi, V. 2020. *Jean Baudrillard*. Milano. Feltrinelli.
- Colombo, F. 2014. "Il SuperEco. Umberto Eco, Superman e I media studies." in A. M. Lorusso (a cura di) *50 anni dopo Apocalittici e integrati di Umberto Eco*. Milano: alfabetta edizioni. 45-51.
- Crick, M. 1982. "Anthropology of Knowledge", *Annual Review of Anthropology* 11: 287-313.
- Dant, T. 1996. "Fetishism and the social value of objects." *Sociological Review* 44(3): 495-516.
- De Angelis, M. 1996. "Social relation, commodity-fetishism and Marx's critique of political economy." *Review of Radical Political Economy* 28(4): 1-29.
- De Certeau, M. 1980. *L'Invention du Quotidien. Vol. 1. Arts de Faire*. Union Générale d'Éditions.
- De Conciliis, E. (a cura di) 2009. *Jean Baudrillard, o la dissimulazione del reale*. Milano: Mimesis.
- De Conciliis, E. Schirò, E., Angelucci, D. (a cura di) 2017. *Reinventare il reale. Jean Baudrillard 2007-2017*. *Lo Sguardo – Rivista di filosofia*, 23.



- De Pascalis, I. A., Pescatore, G. 2018. "Dalle narrazioni estese agli ecosistemi narrativi." in G. Pescatore (a cura di), *Ecosistemi narrativi. Dal fumetto alle serie TV*. Roma: Carocci. 19-31.
- Debord, Guy. 1967. *La société du spectacle*. Paris: Champe Libre (trad. it. *La società dello spettacolo*. Firenze: Vallecchi. 1979).
- Decandia, A. 2014. "Il linguaggio come lavoro e come mercato. Per una critica al capitalismo cognitivo." in *Rivista italiana di filosofia del linguaggio*.
- Deleuze, G. 1983. *Cinéma 1. L'image-mouvement*. Paris: Minuit.
- Deleuze, G. 1985. *Cinéma 2. L'image-temps*. Paris: Minuit.
- Deleuze, G. 1990. "Les intercesseurs." in *Pourparlers 1972-1990*. Paris: Minuit. 165-84.
- Deleuze, G., Guattari, F. 1980. *Mille plateaux*. Paris: Minuit.
- Demaria C. 2008. "Eccezione, Eccesso, Eccezionalità. 24 e la war on terror." in M. P. Pozzato, e G. Grignaffini (a cura di), *Mondi seriali. Percorsi semiotici nella fiction*. Milano: RTI. 72-86
- Deotto, F. 2018. "Il futuro scaduto delle distopie." *Link. Idee per la tv*.
- Dewey, J. 1934. *Art as experience*. (trad. it. *Arte come esperienza*. Palermo: Aesthetica. 2007).
- Diazzi, A. 2012. "Scelte d'oggetto. Alcune riflessioni a partire da *Feticci* di Massimo Fusillo." *Enthymema* 6: 229-232.
- Dimoulis, D., Milios J. 2004. "Commodity fetishism vs. capital fetishism: Marxist interpretations vis-à-vis Marx's analysis in *Capital*." *Historical Materialism* 12(3): 3-42.
- Diodato, R. 2011. "Estetica della comunicazione." in R. Diodato, A. Somaini (a cura di) *Estetica dei media e della comunicazione*. Bologna: il Mulino.
- Diodato, R., Somaini, A. (a cura di) 2011. *Estetica dei media e della comunicazione*. Bologna: il Mulino.
- Dunn, R. 2008. *Identifying Consumption. Subjects and Objects in Consumer Culture*.
- Durkheim, É. 1912. *Les formes élémentaires de la vie religieuse*. Paris: Alcan.
- Dusi, N. 2008. "Dr. House: L'Ambizione di Capire. Libido abduittiva, ritmi narrativi, visioni iperreali." in *Mondi seriali. Percorsi semiotici nella fiction*, a cura di M. P. Pozzato, e G. Grignaffini. Milano: RTI. 27-46
- Dusi, N., a cura di, 2019. *Confini di genere. Sociosemiotica delle serie TV*. Perugia: Morlacchi.
- Dusi, N., Eugeni, R., Grignaffini, G. 2020. "Introduzione. Costruire mondi complessi. La fiction contemporanea e le sue sfide semiotiche." *Mediascapes* 16: iii-xvi).

- Dusi, N., Grignaffini, G. (a cura di) 2020. *Capire le serie tv. Generi, stili, pratiche*. Roma: Carocci.
- Eco, U. 1962. *Opera aperta*. Milano: Bompiani.
- Eco, U. 1964. *Apocalittici e integrati*. Milano: Bompiani.
- Eco, U. 1975. *Trattato di semiotica generale*. Milano: Bompiani.
- Eco, U. 1979. *Lector in fabula*. Milano: Bompiani.
- Eco, U. 1984. *Semiotica e filosofia del linguaggio*. Milano: Bompiani.
- Eco, U. 1985. *Sugli specchi e altri saggi*. Milano: Bompiani.
- Eco, U. 1994. *Sei passeggiate nei boschi narrativi*. Milano: Bompiani.
- Eco, U. 1997. *Kant e l'ornitorinco*. Milano: Bompiani.
- Eco, U. 2018. *Sulla televisione: Scritti 1956-2015*. Milano: La nave di Teseo.
- Ellen, R. 1988. "Fetishism." *Man* 23: 213-235.
- Elsaesser, T. 1994. "Melodramma e temporalità", in V. Zagarrìo (a cura di) *Studi Americani. Modi di produzione a Hollywood dalle origini all'era televisiva*. Venezia: Marsilio. 349-357.
- Elsaesser, T. 1998. "Digital Cinema: Delivery, Event, Time." in T. Elsaesser, K. Hoffman (a cura di), *Cinema Futures: Cain, Abel or Cable? The Screen Arts in Digital Cinema*. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Enzensberger, H. M. 1970. "Constituents of a theory of the media." *New Left Review* 64(1).
- Ernst, W. 2013. *Digital memory and the archive*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Esposito, E. 2013. "Limits of Interpretations, Closure of Communication: Umberto Eco and Niklas Luhmann Observing Texts." in A. la Cour, A. Philippopoulos-Mihalopoulos (a cura di), *Luhmann observed*. London: Palgrave-Macmillan.
- Eugeni, R. 2010. *Semiotica dei media. Le forme dell'esperienza*. Roma: Carocci.
- Eugeni, R. 2015. *La condizione postmediale*. Roma: Carocci.
- Evans-Pritchard, E. E. 1965. *Theories of primitive religions*. Oxford: Clarendon Press.
- Fabbri, P. 2020. "Sul genere serial. 'Shtisel' forma di vita ebraica ortodossa e traduzione culturale." *Mediascapes* 16: 90-96.
- Ferraro, G. (a cura di) 2000. *Uno sguardo in camera. Materiali per l'analisi del linguaggio televisivo*. Milano: IULM.
- Ferraro, G. 2008. "Antenato totemico e anello di congiunzione. La connessione tra 'sacro' e 'segno' nel pensiero di Émile Durkheim." in N. Dusi, G. Marrone (a cura di) *Destini del sacro. Discorso religioso e semiotica della cultura*. Milano: Meltemi. 73-80.

- Ferraro, G. 2014. "Una sorprendente attualità." in A. M. Lorusso (a cura di) *50 anni dopo Apocalittici e integrati di Umberto Eco*. Milano: alfabetà edizioni, 100-107.
- Fidotta, G., Mariani, A. (a cura di) 2018. *Archeologia dei media. temporalità, materia, tecnologia*. Milano: Meltemi.
- Fiske, J. 2000. "The Commodities of Culture." in M. Lee (a cura di), *The Consumer Society Reader*. Malden: Blackwell. 282-87.
- Fontanille, J. 2002. "La Patina e la Connivenza." in a cura di E. Landowski, G. Marrone (a cura di), *La Società degli Oggetti. Problemi di Interoggettività*. Roma: Meltemi. 71-95.
- Fontanille, J. 2015. *Formes de vie*. Liège : Presses Universitaires Liège.
- Foucault, M. 1969. *L'archéologie du savoir*. Paris: Gallimard (trad. it. *L'archeologia del sapere*. Milano: Rizzoli. 1980).
- Frank, T. 1997. *The Conquest of Cool: Business Culture, Counterculture, and the Rise of Hip Consumerism*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Freeman, A. 2014. "Charles de Brosses and the French Enlightenment origins of religious fetishism." *Intellectual History Review* 24(2): 203-214.
- Frege, G. 1892. "Über Sinn und Bedeutung." *Zeitschrift für Philosophie und philosophische Kritik* 100 (trad. it. in *Logica e aritmetica*. Torino: Boringhieri. 1965).
- Freud, S. 1905. *Civilization and its Discontents*. New York: W.W. Norton & Company. 2005.
- Friedman, J. 1974. "The place of fetishism and the problem of materialist interpretations." *Critique of Anthropology* 1: 26-62.
- Fusillo, M. 2012. *Feticci: Letteratura, cinema, arti visive*. Bologna: Il Mulino.
- Gane, M. 1991. *Baudrillard's Bestiary: Baudrillard and Culture*. London – New York: Routledge.
- Gane, M. 1993. *Baudrillard: Critical and Fatal Theory*. London – New York: Routledge.
- Gane, M. 2011. "Baudrillard's radicalization of fetishism." *Cultural Politics* 7(3): 371-390.
- Garroni, E. 1977. *Ricognizione della semiotica*. Roma: Officina.
- Garroni, E. 1986. *Senso e paradosso. L'estetica, filosofia non speciale*. Roma-Bari: Laterza.
- Garroni, E. 2005. *Immagine linguaggio figura*. Roma-Bari: Laterza.

- Gendron, B. 1986. "Theodor Adorno Meets the Cadillacs." in T. Modleski (a cura di), *Critical Approaches to Mass Culture*. Hoboken: Wiley-Blackwell.
- Genosko, G. 1994. *Baudrillard and Signs. Signification Ablaze*. London – New York: Routledge.
- Genosko, G. 1999. *McLuhan and Baudrillard: The Masters of Implosion*. London – New York: Routledge.
- Gitelman, L. 2006. *Always Already New: Media, History and the Data of Culture*. Cambridge: MIT Press.
- Granata, P. 2012. *Mediabilia. L'arte e l'estetica nell'ecologia dei media*. Bologna: Logo Fausto Lupetti Editore.
- Grasso, A., Scaglioni, M., a cura di. 2009. *Arredo di serie. I mondi possibili della serialità televisiva americana*. Milano: Vita e Pensiero.
- Grasso, A., Scaglioni, M., a cura di. 2010. *Televisione convergente. La tv oltre il piccolo schermo*. Milano: RTI.
- Gray, J., Sandvoss, C., Harrington, C. E. 2007. *Fandom: Identities and Communities in a Mediated World*. New York: New York University Press.
- Greimas, A. 1972. "Pour une théorie du discours poétique", in *Essais de sémiotique poétique*, a cura di A. J. Greimas (trad. it. in P. Fabbri, G. Marrone, a cura di, *Semiotica in nuce*. Roma: Meltemi, 2000, 132-47).
- Greimas, A. 1976, *Sémiotique et sciences sociales*. Paris: Seuil.
- Grignaffini, G. 1983. "J.R.: vi presento il racconto." *Cinema & Cinema*, 35-36: 46-51.
- Grusin, R. 2007. *Radical mediation: Cinema estetica e tecnologie digitali*. Cosenza: Luigi Pellegrini Editore.
- Gunning, T. 2003. "An Aesthetic of Astonishment: Early Film and the (In)Credulous Spectator." in K. J. Shepherdson, P. Simpson, A. Utterson (a cura di), *Film Theory: Critical Concepts*. New York-London: Routledge.
- Haddon, A. C. 1921. *Magic and Fetishism*. London: Constable.
- Hall, Stuart. 2006. "Encoding/Decoding." in M.G. Durham, D.M. Kellner (a cura di), *Media and Cultural Studies: KeyWorks*. Malden: Blackwell. 163-73.
- Hansen, M. 1995. "Early Cinema, Late Cinema: Transformation of the Public Sphere." in M. Hansen, L. Williams (a cura di), *Viewing Positions: Ways of Seeing Film*. New Brunswick: Rutgers University Press.
- Hansen, M.B.N. 2006. *New Philosophy for New Media*. Cambridge: MIT Press.
- Hartley, J. 2005. *Creative Industries*. Malden: Blackwell.
- Heidegger, M. 1954. *Vorträge und Aufsätze* (trad. it. *Saggi e discorsi*. Milano: Mursia. 1976-80).

- Hickinson, S. "Mike Pence's fly: From Renaissance portraits to Salvador Dalí, artists used flies to make a point about appearances." *The Conversation*. 9 ottobre 2020.
- Hielmslev, L. 1985. *Nouveaux Essais*. Paris: PUF.
- Hills, M. 2002. *Funcultures*. London-NewYork: Routledge.
- Hodge, B., Lally, E. 2006. "Cultural Planning and Chaos Theory in Cyberspace: Some Notes on a Digital Culture Atlas Project for Western Sidney." *The Fibreculture Journal* 9.
- Hornborg, A. 2001. "Symbolical technologies. Machines and the Marxian notion of fetishism." *Anthropological Theory* 1(4): 473-496.
- Hornborg, A. 2014. "Technology as Fetish: Marx, Latour, and the cultural foundations of capitalism." *Theory, Culture & Society* 31(4): 119-140.
- Horrein, R. 2018. "Des mondes sans versus. La surveillance neutralisante." *Versus – Quaderni di studi semiotici* 126: 87-106.
- Howe, I. "New Styles in 'Leftism.'" in *Selected Writings: 1950-1990*. San Diego: Harcourt Brace Jovanovich. 193-220.
- Huhtamo, E. 1995. "Encapsulated Bodies in Motion: Simulators and the Quest for Total Immersion." in S. Penny (a cura di) *Critical Issues in Electronic Media*. Albany: State University of New York Press. 159-186.
- Huhtamo, E. 2004. "Elements of Screenology: Toward an Archaeology of the Screen." *Iconics: International Studies of Modern Image* 7: 31-82.
- Huhtamo, E., Parikka, J. (a cura di) 2011. *Media Archaeology: Approaches, Applications, Implications*. Berkeley-Los Angeles: University of California Press.
- Iacono, A. 1983. "Sul concetto di 'feticismo' in Marx." *Studi storici* 24(3/4): 429-436.
- James, W. 1906. *Essays on Radical Empiricism* (trad. it *Saggi sull'empirismo radicale*. Roma-Bari: Laterza. 1971).
- Jameson, F. 1998. "Postmodernism and Consumer Society." in F. Jameson, *The Cultural Turn*. London: Verso.
- Jameson, F. 2005. *Archaeologies of the Future: The Desire Called Utopia and other Science Fictions*. London-New York: Verso.
- Jenkins, H. 2006. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press.
- Jenkins, H. 2007. *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture*. Londra: Routledge.
- Jenkins, H. 2007b. "Transmedia storytelling 101. *Confessions of an Aca-fan*".

- Jenkins, H., Ford, S., Green, J. 2013. *Spreadable Media: Creating Meaning and Value in a Networked Culture*. New York: New York University Press.
- Jost, F. 2003. *Realtà/finzione. L'impero del falso*. Milano: il Castoro.
- Kant, I. 1790. *Kritik der Urteilskraft* (trad. it. *Critica della facoltà di giudizio*. Milano: Bompiani 2004).
- Kellner, D. 1989. *Jean Baudrillard. From Marxism to Postmodernism and Beyond*. Cambridge: Polity.
- Kellner, D. (a cura di) 1994. *Baudrillard: A Critical Reader*. Oxford: Blackwell.
- Kelly K., Wolf, G. 1997. "Kill your Browser." *Wired* 5(3): 12-23.
- Kelly, J.P. 2011. "Beyond the Broadcast Text: New Economies and Temporalities of Online TV." in P. Grainge (a cura di), *Ephemeral media. Transitory Screen Culture from Television to YouTube*. New York: Bloomsbury.
- Kindley, E. 2018. "The Future Ain't What It Used To Be." *The Nation*. 1 febbraio 2018.
- Kittler, F. 1990. *Discourse Networks 1800/1900*. Stanford: Stanford University Press.
- Kittler, F. 1999. *Gramophone, Film, Typewriter*. Stanford: Stanford University Press.
- Lacan, J. 1974. J. "L'aggressività in psicoanalisi." in J. Lacan, *Scritti* vol. 1. Torino: Einaudi.
- Landowski, E. 1989. *La société réfléchi: essais de socio-sémiotique*. Paris: Seuil.
- Landowski, E. 2005. *Les interactions risquées*. Paris: PUF.
- Landowski, E., Marrone, G. (a cura di) 2002. *La Società degli Oggetti. Problemi di Interoggettività*. Roma: Meltemi.
- Lanham, R. 1993. *The Electronic Word: Democracy, Technology, and the Arts*. Chicago: University of Chicago Press.
- Latour, B. 1993. *We have never been modern*. Cambridge: Harvard University Press (trad. it. *Non siamo mai stati moderni*. Milano: Eléuthera. 2015)
- Latour, B. 2002. "Una Sociologia senza Oggetto? Note sull'Interoggettività." in *La Società degli Oggetti. Problemi di Interoggettività*, a cura di Landowski, E., Marrone, G., 203-232. Roma: Meltemi.
- Latour, B. 2010. *On the modern cult of the factish gods*. Durham: Duke University Press.
- Lefebvre, H. 1977. *Critica della vita quotidiana*. Bari: Dedalo.
- Leroi-Gourhan, A. 1964. *Le geste et la parole* (trad. it. *Il gesto e la parola*. Torino: Einaudi. 1977).

- Levin, C. 1984. "Baudrillard, critical theory and psychoanalysis." *Canadian Journal of Political and Social Theory* 8(1): 35-52.
- Levi-Strauss, C. 1964. *Le cru e le cuit*. Paris: Plon (trad. it. *Il crudo e il cotto*. Milano: il Saggiatore. 1974).
- Lévy, P. 1990. *Les technologies de l'intelligence. L'avenir de la pensée à l'ère informatique*. Paris: La Découverte (trad. it. *Le tecnologia dell'intelligenza. Il futuro del pensiero nell'era dell'informatica*. Verona: Ombre corte. 2000).
- Lorusso, A.M. 2010. *Semiotica della cultura*. Roma-Bari: Laterza.
- Lorusso, A.M. (a cura di) 2014. *50 anni dopo Apocalittici e integrati di Umberto Eco*. Milano: alfabetta edizioni
- Lorusso, A.M. 2014b. "Verso una logica della cultura." in A.M. Lorusso (a cura di) *50 anni dopo Apocalittici e integrati di Umberto Eco*. Milano: alfabetta edizioni, 108-120.
- Lotman, J. 1980. *Testo e contesto. Semiotica dell'arte e della cultura*. A cura di S. Salvestroni. Roma-Bari: Laterza.
- Lotman, J. 1985. *La semiosfera. L'asimmetria e il dialogo nelle strutture pensanti*. Venezia: Marsilio.
- Lotman, J. 1993. *La cultura e l'esplosione*. Milano: Feltrinelli.
- Lotman, J. 2005. "On the Semiosphere." *Sign System Studies* 33: 205-229.
- Lotman, J., Uspenskij, B. 1975. *Tipologie della cultura*. Milano: Bompiani.
- Luhmann, N. (1992). "What is communication?" *Communication Theory* 2 (3), 251-258.
- Lukàcs, G. 1923. *Geschichte und Klassenbewusstsein. Studien über marxistische Dialektik*. Darmstadt: Luchterhandt (trad. it. *Storia e coscienza di classe*. Milano: Feltrinelli. 2014).
- MacGaffey, W. 1990. "The personhood of ritual objects: Kongo Minkisi." *Etnofoor* 3(1): 45-61.
- Maiello, A. 2020. *Mondi in serie. l'epoca postmediale delle serie tv*. Cosenza: Luigi Pellegrini Editore.
- Manetti, G. 1998. *La teoria dell'enunciazione*. Siena: Protagon.
- Manovich, L. 2001. *The Language of New Media*. Cambridge: MIT Press (trad. it. *Il linguaggio dei nuovi media*. Milano: Olivares. 2002).
- Marin, L. 1986. *La parole mangée*. Paris: Méridiens Klincksieck.
- Marin, L. 1994 : *De la représentation*. Paris: Gallimard.

- Mariniello, S. 2010. "L'intermédialité: un concept polymorphe." in C. Vieira, I. Rio Novo (a cura di) *Intermedia. Etudees en intermédialité*. Paris: L'Harmattan.
- Marmo, C. 2008. "Semiotica della presenza: l'emergere della transustanziazione nel IX secolo e le sue implicazioni semiotiche." in N. Dusi, G. Marrone (a cura di), *Destini del sacro. Discorso religioso e semiotica della cultura*. Milano: Meltemi. 59-71.
- Marrone, G. 2011. *Addio alla natura*. Torino: Einaudi.
- Marrone, G. 2014. "Charlie Brown, piccolino di massa. Appunti per una ricerca." in A.M. Lorusso (a cura di) *50 anni dopo Apocalittici e integrati di Umberto Eco*. Milano: alfabetà edizioni. 58-70.
- Marsh, C. 2016. "A Woodcut and Its Wanderings in Seventeenth-Century England." *Huntington Library Quarterly* 79(2).
- Marvin, C. 1988. *When Old Technologies Were New: Thinking About Electric Communication in the Late Nineteenth Century*. New York: Oxford University Press (trad. it. *Quando le vecchie tecnologie erano nuove. Elettività e comunicazione a fine Ottocento*. Torino: Utet. 1994).
- Marx, K., 1876, *Das Kapital. Kritik der politischen oekonomie*, Hamburg, Verlag von Otto Meissner (trad. it. *Il capitale. Critica dell'economia politica*. Comunismo informatico, 2017).
- Marx, K. 1968. *Lineamenti fondamentali della critica dell'economia politica 1857-1858. Volume I*. Torino: Einaudi.
- Mauss, M. 1923-24. "Essai sur le don. Forme et raison de l'échange dans les sociétés archaïques." *L'Année Sociologique*.
- McCarthy, A. 2001. *Ambient Television. Visual Culture and Public Space*. Durham. Duke University Press.
- McLuhan, M. 1964. *Understanding Media. The Extension of Man*. New York: McGraw-Hill (trad. it. *Gli strumenti del comunicare*. Firenze: La nuova Italia, 1967).
- McLuhan, M. 1976. *La galassia Gutenberg. Nascita dell'uomo tipografo*. Roma: Armando.
- McLuhan, M., Fiore, Q. 1968. *Il medium è il massaggio. Un inventario di effetti*. Milano: Feltrinelli.
- McNaughtan, H. 2012. "Distinctive consumption and popular anti-consumerism: The case of Wall-E." *Journal of Media and Cultural Studies* 26(5): 753-766.
- Merleau-Ponty, M. 1945. *Phénoménologie de la perception*. Paris: Gallimard (trad. it. *Fenomenologia della percezione*. Milano: Bompiani. 2003).
- Merleau-Ponty, M. 1964. *Le visible et l'invisible*. Paris: Gallimard (trad. it. *Il visibile e l'invisibile*. Milano: Bompiani. 1993).



- Merrin, W. 2005. *Baudrillard and the Media. A Critical Introduction*. Cambridge: Polity.
- Miller, D. 1987. *Material Culture and Mass Consumption*. Oxford: Blackwell.
- Miller, D. 1990. "Persons and Blue Jeans: Beyond Fetishism." *Etnofoor* 3(1): 97–111.
- Mitchell, W. T. 1994. *The Reconfigured Eye: Visual Truth in the Post-Photographic Era*. Cambridge: MIT Press.
- Mittell, J. 2006. "Narrative Complexity in Contemporary American Television" *The Velvet Light Trap* 58 (trad. it. "La complessità narrativa nella televisione americana contemporanea." in V. Innocenti, e G. Pescatore (a cura di), *Le nuove forme della serialità televisiva*. Bologna: Archetipolibri. 121-131.
- Mittell, J. 2015. *Complex TV: The Poetics of Contemporary Television Storytelling*. New York: New York University Press (trad. it. *Complex TV. Teorie e tecniche dello storytelling delle serie tv*. Roma: minimum fax. 2017).
- Montanari, F. 2020. "Figure eretiche e conflitti socioculturali ne 'Il nome della rosa', fra serie tv e romanzo." *Mediascapes* 16: 74-89.
- Montani, P., 2005, "Introduzione. Arte e tecnica: vecchie e nuove forme di dissidio e alleanza", in M. Carboni, P. Montani (a cura di), *Lo stato dell'arte. L'esperienza estetica nell'era della tecnica*. Roma-Bari: Laterza.
- Montani, P. 2005b. "L'impatto sull'estetica." in M. Carboni, P. Montani (a cura di), *Lo stato dell'arte. L'esperienza estetica nell'era della tecnica*. Roma-Bari: Laterza.
- Montani, P. 2010. *L'immaginazione intermediale*. Roma-Bari: Laterza.
- Montani, P. 2013. "Le condizioni estetiche (e tecniche) del riferimento." *E/C* 17: 145-149.
- Montani, P. 2014. *Tecnologie della sensibilità*. Milano: Raffaello Cortina Editore.
- Mori, M. 1970. "The Uncanny Valley." *Energy* 7(4): 33–35.
- Morin, E. 1995. *Le star*. Milano: Edizioni Olivares.
- Nanni, L. 2002. *Il silenzio di Ermes*. Roma: Meltemi.
- Natale, S. 2012. "Fantasie mediali. Storia dei media e la sfida dell'immaginario." *Studi culturali* 12(2): 1-15.
- Natale, S. 2012b. "Understanding Media Archaeology." *Canadian Journal of Communication* 37: 523–527.
- Nieddu, G. 2018. *Serialità e opera aperta. Tracce del modello dell'opera aperta nella serialità televisiva contemporanea*. Preso da: [https://www.academia.edu/25226427/Serialit%C3%A0\\_e\\_opera\\_aperta](https://www.academia.edu/25226427/Serialit%C3%A0_e_opera_aperta)

- Ortoleva, P. 1996. "Vite geniali. Sulle biografie aneddotiche degli inventori." *Intersezioni* 1: 41-61.
- Ortoleva, P. 2002. *Mediastoria. Mezzi di comunicazione e cambiamento sociale nel mondo contemporaneo*. Milano: il Saggiatore.
- Ortoleva, P. 2009. *Il secolo dei media. Riti, abitudini, mitologie*. Milano: il Saggiatore.
- Ortoleva, G. 2011. "Le radici ludiche dell'immaginario." *Lexia: Immaginario* 7/8: 395-406.
- Ortoleva, G. 2018. "Miti della catastrofe tra l'Ottocento e il nostro tempo", in V. Cassone, B. Surace, M. Thibault (a cura di), *I discorsi della fine: Catastrofi, disastri, apocalissi*. Aracne: Torino. 39-56.
- Panofsky, E. 1927. *Die Perspektive als "Symbolische Form"* (trad. it. *La prospettiva come "forma simbolica"*). Palermo: Aesthetica.
- Panosetti, D., Pozzato, M.P. 2013. *Passione vintage. Il gusto del passato nei consumi, nei film e nelle serie televisive*. Roma: Carocci.
- Parikka, J. 2012. *What is Media Archaeology?*. Cambridge: Polity (trad. it. *Archeologia dei media*. Roma: Carocci. 2019).
- Peirce, C. S., 1931-1935. *Collected Papers*. Cambridge: Harvard University Press (trad. it. *Semiotica*. Torino: Einaudi. 1980).
- Pescatore, G., a cura di. 2018 *Ecosistemi narrative: dal fumetto alle serie tv*, Roma, Carocci.
- Peters, J. D. 1999. *Speaking into the Air. A History of the Idea of Communication*. Chicago: University of Chicago Press.
- Pietz, W. 1985. "The problem of the fetish, I." *Res. Anthropology and Esthetics* 9: 5-17.
- Pietz, W. 1987. "The problem of the fetish, II: The origin of the fetish." *Res. Anthropology and Esthetics* 13: 23-45.
- Pietz, W. 1993. "Fetishism and Materialism: The Limits of Theory." in E. Apter and W. Pietz (a cura di) *Fetishism as Cultural Discourse*, 119-151. Ithaca: Cornell University Press.
- Pine, J. B., Gilmore, J. H. 1999. *The experience economy*. Cambridge: Harvard Business School Press.
- Pool, R. 1990. "Fetishism Deconstructed." *Etnofoor* 3(1): 114-127.
- Poster, M.. 1992. "The Question of Agency: Michel de Certeau and the History of Consumerism." *Diacritics* 22: 94.
- Proni, G. 1990. *Introduzione a Peirce*. Milano: Bompiani.

- Proni, G. 2012. *La lista della spesa e altri progetti. Semiotica, design e comportamenti delle persone*. Milano: Franco Angeli.
- Ricci, P. 2008. "Mangiare il sacro. Toccare il santo." in N. Dusi, G. Marrone (a cura di) *Destini del sacro. Discorso religioso e semiotica della cultura*. Milano: Meltemi. 297-303.
- Ricoeur, P. 1983. *Temps et récit*. Paris: Seuil (trad. it. *Tempo e racconto*. Voll I II III. Milano: Jaca Book. 1991-1999).
- Rosati, L. 2018. "Ecosistemi ed economia dell'esperienza." in G. Pescatore (a cura di), *Ecosistemi narrativi. Dal fumetto alle serie TV*. Roma: Carocci. 73-92
- Rossi-Landi, F. 1968. *Il linguaggio come lavoro e come mercato*. Milano: Bompiani.
- Rossi-Landi, F. 1972. *Semiotica e ideologia*. Milano: Bompiani.
- Rossi-Landi, F. 1985. *Metodica filosofica e scienza dei segni*. Milano: Bompiani, 2006.
- Runia, E. 2006. "Presence." *History and Theory* 45(1): 1-29.
- Ryan, M.L., Thon, J. (a cura di) 2014. *Storyworld Across Media: Toward a Media-Conscious Narratology*. Lincoln: University of Nebraska Press.
- Saldre, M., Torop, P. 2012. "Transmedia space." in I. Ibrus, C.A. Scolari (a cura di), *Crossmedia Innovations: Texts, Markets, Institutions*. Frankfurt: Peter Lang. 25-44.
- Sansi Roca, R. 2015. "Fetishism." In *International Encyclopedia of the Social and Behavioral Sciences*, a cura di W. Right. Vol. 9, 105-110. Amsterdam: Elsevier.
- Santangelo, A. 2008. "La real fiction. Oltre l'opposizione fattuale/finzionale." in *Mondi seriali. Percorsi semiotici nella fiction*, a cura di M. P. Pozzato, e G. Grignaffini. Milano: RTI. 123-137.
- Santangelo, A. 2018. "Dalla fine all'inizio. La presa estetica nelle catastrofi come momento di passaggio da una vecchia a una nuova visione del mondo." in V. Cassone, B. Surace e M. Thibault (a cura di), *I discorsi della fine: Catastrofi, disastri, apocalissi*. Aracne: Torino. 57-72.
- Saussure, F. 1916. *Course de linguistique générale*. Lausanne-Paris: Payot (trad. it. *Corso di linguistica generale*. Roma-Bari: Laterza. 1967).
- Scaglioni, M. 2006. *TV di culto. La serialità televisiva americana e il suo fandom*. Milano: Vita e Pensiero.
- Scaglioni, M. 2011. *La TV dopo la TV. Il decennio che ha cambiato la televisione: scenario, offerta, pubblico*. Milano: Vita e Pensiero.
- Schmeink, L. 2016. *Biopunk Dystopias. Genetic Engineering, Society and Science Fiction*. Liverpool: University of Liverpool Press.

- Scolari, C. A. 2009. "Transmedia Storytelling: Implicit Consumers, Narrative Worlds, and Branding in Contemporary Media Production." *International Journal of Communication*, 3: 586-606.
- Sconce, J. 2000. *Haunted Media. Electronic Presence from Telegraph to Television*. Durham: Duke University Press.
- Secondulfo, D. (a cura di). 2007. *I volti del simulacro. Realtà della finzione e finzione della realtà*. Verona: QuiEdit.
- Simondon, G. 1989. *L'Individuation psychique et collective* (trad. it. *L'individuazione psichica e collettiva*. Roma: DeriveApprodi. 2001).
- Sisneros, K. 2018. "Early Modern Memes: The Reuse and Recycling of Woodcuts in 17th-Century English Popular Print." *The Public Domain Review*. 6 giugno 2018 (trad. it. "Alle radici dei meme: Il riuso delle xilografie del diciassettesimo secolo." *L'indiscreto*. 18 luglio 2018).
- Sobchack, V. 2011. "Afterword: Media archaeology and re-presenting the past." in E. Huhtamo, J. Parikka (a cura di), *Media Archaeology: Approaches, applications and implications*. Berkeley-Los Angeles: University of California Press.
- Sontag, S. 1977. *On Photography*. New York: Farrar, Straus and Giroux.
- Sorlin, P. 1984. "Fanno le case tutte uguali. Riflessioni sulla serialità quotidiana." in F. Casetti (a cura di), *L'immagine al plurale*. Venezia: Marsilio. 51-62.
- Spigel, L. 1992. *Make room for TV: television and the family ideal in postwar America*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Strate, L. 2007. "Il tempo, la memoria e l'ecologia dei media." in E. Agazzi, V. Fortunati (a cura di) *Memoria e saperi. Percorsi transdisciplinari*. Roma: Meltemi, 379-397.
- Stringa, N. 2017. "Firmare merci (Duchamp contro se stesso), in S. Riccioni, G. M. Fara, a cura di, *La firma nell'arte. Autorialità, autoscienza, identità e memoria degli artisti*. Venezia, Edizioni Ca' Foscari, 231-235.
- Sturken, M., Thomas. D., Ball-Rokeach, S. J. (a cura di) 2004. *Technological Visions: The Hopes and Fears that Shape New Technologies*. Philadelphia: Temple University Press.
- Taussig, M. 1980. *The Devil and Commodity Fetishism in South America*. Chapel Hill: University of North Carolina Press.
- Toffler, A. *The third way*. New York: Bantam Books.
- Tralli, L. 2018. "Pratiche delle audience nell'ecosistema narrativo." in G. Pescatore (a cura di) *Ecosistemi narrativi. Dal fumetto alle serie TV*. Roma: Carocci. 187-195.
- Tramontana, A. 2019. *I cristalli della società. Simmel, Benjamin, Gehlen, Baudrillard e l'esistenza multiforme degli oggetti*. Milano: Meltemi.

- Vagni, T. 2017. "Food is (not) porn, le immagini del cibo e l'orizzonte della scomparsa." *Mediascapes* 9: 56 – 69.
- Van Velzen, B. 1990. "Social Fetishism among the Surinamese Maroons." *Etnofoor* 3(1): 77-95.
- Veblen, T. 2007(1899). *Teoria della classe agiata*. Torino: Einaudi.
- Violi, P. 2014. *Paesaggi della Memoria*. Milano: Bompiani.
- Virilio, P. 1997. *La velocità di liberazione*. Milano: Mimesis.
- Wayne, M. 2005. "Fetishism and ideology: A reply to Dimoulis and Milios." *Historical Materialism* 13(3):193-218.
- Williams, R. 1974. *Television: Technology and cultural form*. London: Fontana.
- Williams, R. 1958. "Culture is Ordinary." in I. Szeman, T. Kaposy. *Cultural Theory: An Anthology*. Hoboken: John Wiley & Sons, 2010. 53-59.
- Wojtyna, M. 2018. "Solidarity, dystopia, and fictional worlds in contemporary narrative TV series." *Beyond Philology*, 15(3): 163-180.
- Wolton, D. 1997. *Penser la communication*. Paris: Flammarion.
- Zielinski, S. 2006. *Deep Time of Media: Toward an Archaeology of Hearing and Seeing by Technical Means*. Cambridge: MIT Press.
- Zorzella Cappi, C. 2015. "Sistemi linguistici e sistemi economici: analisi di un'omologia." in *Ocula*, 16.