



Università degli studi di Salerno
Dipartimento di Scienze della Comunicazione
Dottorato di Ricerca in Scienze della Comunicazione IX CICLO

Shared identities

**Scambi, rappresentazioni, media e consumi culturali delle
soggettività contemporanee**

Candidato

Dott. Vincenzo Bernabei

Tutor

Prof. Sergio Brancato

Coordinatore

Prof. Alessandro Laudanna

Indice

1. Il sé wikinomico: consumo e identità.....	18
Deficienze collettive.....	19
Le pratiche di consumo come attività di rappresentazione e identificazione.....	31
2. Il sé biologico: natura e conoscenza.....	43
#naturadellanatura.....	44
La natura come Utopia.....	50
La natura come Disastro.....	58
Natura e controllo.....	68
3. Il sé tecnologico: le interfacce tra libertà e paura.....	75
Il medium come mediazione tra soggettività e tecnica...	76
La macchina mascherata	84
Conclusione.....	96
4. Il sé spazio-temporale: immaginari seriali.....	102
La socializzazione seriale.....	103
Serialità e mass media.....	116
Le serie dopo la serialità.....	136
Riferimenti bibliografici.....	144

Mio padre era venuto lì per non restare solo. Ma era passato a trovare la mia camera, non me. I due non avevano bisogno di un confidente.

(Walter Benjamin, *Infanzia berlinese intorno al Millenovecento*)

Siamo a metà della nostra seconda partita e alla quinta pallina [...].«È tipo una cosa interdisciplinare. Una cazzo di *fissa*; ti giuro. Capito, no? Cd-Rom e cazzi vari. Chip potentissimi. Film in digitale e cazzi vari».

Stiamo 18-12 per me. «È il passatempo del futuro». Winston è d'accordo. «Passerà tutto da là. È l'autostrada. Tv interattiva e cazzi vari. Realtà virtuale. Realtà virtuale *interattiva*».

«Ah, ora capisco», dico. La partita è quasi finita. «La crociera del futuro è *La crociera a casa*. Per andare a fare la crociera extralusso nei Caraibi non devi muoverti da casa. Collegli gli occhialoni e gli elettrodi e via»..

«L'hai detto».

«Niente passaporti. Niente mal di mare. Niente vento, niente scottature, niente coglioni dell'equipaggio. Viziatura Domestica Immobile Virtuale Totale».

«L'hai detto».

(David Foster Wallace, *Una cosa divertente che non farò mai più*)

Shared identities, vale a dire *identità divise*, o anche *condivise*. Un'espressione volutamente ambigua per riassumere i lineamenti della fase culturale in cui siamo immersi, caratterizzata dall'elaborazione di pratiche individuali e collettive in cui le soggettività si rimodellano intorno ai media e alle merci in modo promiscuo, prismatico, e talvolta difficilmente delineabile. In particolare, il senso di *divisione* scaturisce da quelli che hanno tutta l'aria di essere elementi di discontinuità rispetto a un passato, anche prossimo, in cui i profili, i ruoli e i codici di interscambio sembravano complessivamente fissabili e sistematizzabili secondo l'approccio omogeneo e fondato di scuole di pensiero ben situate e riconoscibili. Una divisione peraltro mai netta, mai estremizzabile fino a coincidere con la rottura, con la separazione, con l'enucleazione di unità di senso discrete.

Di contro, la suggestione di una *condivisione*, anzitutto di contenuti e di forme rappresentative tra community di scopo, ma anche, sempre in relazione al passato moderno, di alcune tendenze che sembrano riaffiorare nei comportamenti dei pubblici, seppur in maniera riqualficata, seguendo linee di dispiegamento che

rimandano a un *upgrade*, a un aggiornamento, più che a una rifondazione.

L'identità, del resto, sembra essere il punto critico in cui si riversano le tensioni del corpo sociale durante le fasi di crisi, ma anche la base da cui spesso si riparte verso nuove conquiste culturali, politiche e scientifiche. Dopo il superamento di formule di identificazione e negoziazione che parevano virtuose, linee di traguardo varcate passando attraverso secoli di strappi, arretramenti, riallineamenti, istanze progressive, sembra presentarsi ai soggetti postmoderni una realtà produttiva fatta di precariato e disagio istituzionali, di sviluppo ineguale, di *cultural* e *digital divide*, insomma di crisi generale della convivenza, fondata su infiniti "sé" che faticano a costruirsi secondo i canoni positivi della tradizione recente. Ma al contempo non mancano le spie di una coesione spostata su altri piani, per esempio quello dello scambio continuativo praticabile attraverso i percorsi intricati della *virtualità reale* informatica (Castells: 1996), una spinta propulsiva che pare voler sostituire le lacune della *rappresentanza* sociale con i principi di *rappresentazione* socializzata, partecipata, *condivisa* appunto.

Il grande paradosso dell'identità. Quando tentiamo di *dividerci* per stili, per fazioni, per gruppi sociali, tentiamo di *condividerci*, di intenderci cioè in un contesto comunitario, di figurare centrifugamente un *noi*, ma anche, centripetamente, un *noi stessi*; in modo analogo non possiamo (più) immaginarci racchiusi in un involucro universalmente identificato, né al contrario possiamo pensare di prescindere in assoluto dall'identificazione per comprenderci rispetto all'alterità. Per questo occorre pensare a un approccio che tenga primariamente conto delle *pratiche* stesse in cui ci produciamo, occorre sfocare metaforicamente l'*io*, il *noi*, il *resto*, per focalizzare sulle forme della *mediazione*, dunque della *fluidità* del *consumo mediatico*, perché sono quelle che meglio parlano di noi e del nostro modo di socializzare, di immaginarci in un contesto plurale, di esistere. Un consumo che, grazie ai processi della virtualizzazione comunicativa, prosegue la sua traiettoria verso l'emancipazione dalle dinamiche del *bisogno* e della soddisfazione di esso, per inserirsi in modo sempre più deciso nelle vicende riguardanti il nutrimento del *desiderio*.

Solo da qui si può partire per formulare le varie ipotesi

sul sé, concetto che si plasma senza sosta assumendo i tratti che di volta in volta gli permettono di interfacciarsi con il piano oggettuale. E sempre da qui è possibile tentare di misurarsi con i fenomeni del pensiero e della tecnica che costituiscono gli universi di riferimento in cui si compie la nostra vicenda. Fenomeni che talvolta possono apparire scontati, metabolizzati, ma che non smettono di ragguagliarci su noi stessi e sui nostri profili identitari. Come nel caso della costruzione di un'idea condivisa di *natura*.

La natura ha gradualmente assunto le caratteristiche di un costrutto utilizzato per esercitare il controllo sulle risorse, sul sapere, sui corpi. Terreni di battaglia sopra cui condurre logoranti guerre di potere facendo leva sulle armi della retorica, da brandire di volta in volta di fronte a delicati temi come la bioetica, l'fine-vita, l'aborto e il divorzio, la sessualità e l'etnia.

Affermando, con Morin, che *la conoscenza della natura* è senza alcun dubbio legata alla *natura della conoscenza* ci riferiamo immediatamente alle modalità di attivazione cognitiva e mnemonica che mettiamo in campo per costruire una concettualizzazione organizzata del presente e dell'ambiente, tralasciando

tra l'altro quell'approccio eminentemente esperienziale che aveva caratterizzato la nostra esplorazione del mondo in epoche arcaiche (Diamond, 1997). Il nostro modo di nominare, rappresentare e raccontare ciò che ci circonda consiste in una serie di pratiche negoziali, soprattutto a partire dalla Rivoluzione Scientifica e dalla fase illuministica, da cui abbiamo mutuato la propensione alla tassonomia e al riordino sistemico dei dati. Anche le "scoperte", quindi, sono mano e mano divenute "invenzioni" (prima di tutto nominali), considerata l'ineludibile necessità che ci si presenta di archiviare, inventariare ed etichettare i fenomeni. E nell'invenzione, più che nella scoperta, ci sono sempre *la mano, l'occhio* e il pensiero di un soggetto posizionato, ispirato dagli influssi culturali che pervadono i suoi contesti sociali di riferimento. È qui, ed è per questo che la natura non è mai "semplicemente" *physis*, e si carica di una serie di accezioni e di influenze nuove, derivanti dall'ambiente intellettuale, più che fisico. In molte situazioni, ad esempio, ci siamo abituati a intendere le cose naturali come un insieme di elementi *preesistenti* rispetto all'organizzazione sociale e produttiva, e ci riferiamo alla natura come se fosse un

luogo intangibile, letteralmente *utopico*, in cui fare ritorno, un Eden non perfettibile da rivisitare con intenzioni autoprotettive rispetto al disordine e al pericolo dell'esperienza quotidiana, al fine di *recuperare valori* e sensibilità che consideriamo perduti. La natura come Utopia è l'antitodo nostalgico alla freddezza metallica della Macchina, un ideale *pharmakon organico* in cui è racchiuso il rassicurante calore di un *piccolo mondo antico* in cui cercare rifugio.

D'altro canto nei processi culturali moderni e contemporanei è possibile rintracciare un'idea di natura diametralmente opposta e coesistente a quella appena illustrata. Vicino al tratto utopico del "luogo perduto" trova luogo una rappresentazione mediatica legata alla natura intesa come ambiente ostile, *disastroso*. Il Disastro rappresenta in questo caso l'inquietudine connessa alla discontinuità dei tratti collaborativi propri dell'interazione sociale, una instabilità minacciosa e potenzialmente catastrofica che viene rappresentata tramite l'ammutinamento del Selvaggio. La natura come Disastro è la giungla vietnamita legata al mito del reducismo è il Mostro, il Gorilla, la slavina-killer, la presenza aliena de *La Guerra dei Mondi* di Welles che

sconvolge gli ascoltatori americani. Un paradigma in cui il disperante bisogno del monito si fa forma estetica riconducendoci alla promiscuità animalesca e alle perniciose conseguenze degli atti oltraggiosi e «contro-natura» che avremmo commesso.

Tornando al rapporto tra Individuo e Macchina, è senz'altro il caso di soffermarsi sul dispositivo che in questa fase culturale meglio ne permette l'interrelazione, e persino la dissolvenza, vale a dire il codice di programmazione, il software. La funzione primaria del codice è quella di favorire l'intermediazione cognitiva tra le soggettività e gli apparati, trasformando la loro estraneità, anche quella più irriducibile, in un'entità intelligibile attraverso la continua creazione di *metafore visive* che creino nell'utente un senso di familiarità con il macchinico, annullando l'atavico *rigetto* del mezzo e del suo essere *corpo estraneo*. In quest'ottica il software compie un'operazione di travestimento e diventa *interfaccia*, maschera che cela le fattezze inespressive della tecnologia e al contempo ne esalta le peculiarità operazionali manifestando, per la sua quasi-inconsistenza, una leggerezza calviniana. I valori propugnati dal codice-in-quanto-interfaccia sono

quelli della *user-friendship*, e in questo senso esso adotta verso l'utente un comportamento di emulazione, vale a dire di dissimulazione della propria complessità *macchinosa*, oltre-umana. Per questo le metafore delle interfacce sono particolarmente votate al recupero di un'oggettistica inoffensiva e familiare: visivamente i monitor ad esempio diventano scrivanie, le cariche di energia batterie stilizzate, le e-mail buste da lettera, le directory di documenti cartelle. Non solo: anche i travestimenti della macchina vengono costantemente aggiornati, accentuando ancora una volta l'interattività tra soggettività e tecnica tramite la facilitazione ergonomica e tattile della *user experience* (Cooper, 1999; Travis, 2003; Brown, 2006; Mulder, Yaar, 2006), sviluppando spesso pratiche che rendono il digitale stesso oggetto della nostalgia. Una tendenza che si esplicita nella fisionomia degli oggetti di modernariato, nel recupero della tradizione degli arcade games, dell'estetica pixelata. Come se per intavolare il nostro intimo rapporto con le *mirabilia* tecnologiche, integrandoci con esse, dovessimo arrendevolmente rallentare per volgere il nostro sguardo a un passato più o meno prossimo.

Altro diffuso fenomeno che riguarda da vicino la nostra identità do consumatori, specialmente negli ultimi anni, è la costante centralità della serialità culturale e produttiva. A partire dalle sue prime declinazioni socioculturali, quelle legate ai paradigmi narrativi della cultura orale e delle mitologia, la serializzazione delle forme estetiche ha rivestito una insostituibile funzione atta alla catalizzazione della complessità sociale, smorzando le inquietudini e catalizzando i desideri delle comunità, trasfigurati in forma di immaginario collettivo.

Prima che si affermasse il principio produttivo della riproducibilità tecnica i criteri di serializzazione dei modelli muovevano dal variabile tasso di adesione o differenziazione rispetto ad archetipi ideali, generando la sempre attuale frizione dicotomica tra i concetti di "originale" e quello di "copia". Nella classicità greco-romana, ad esempio, la copia ben eseguita un'opera d'arte era ritenuta esteticamente preziosa, dal momento che si riteneva un indispensabile strumento di traduzione o attualizzazione di altri sistemi valoriali.

Uno degli esempi più suggestivi di produzione narrativa seriale a carattere industriale è senza dubbio il

feuilleton, prodotto indissolubilmente legato alla quotidianità della carta stampata. Una decisiva esperienza di letteratura "bassa" da cui il cinema stesso, in seguito, attingerà storie, suggestioni e modalità di produzione e distribuzione, in compagnia del fumetto e del linguaggio radiofonico. Mezzo, quest'ultimo, che si occuperà di tramandare e riallineare le forme seriali alle esigenze di un pubblico ormai pronto a vivere l'inebriante avventura televisiva, a dare sfogo definitivo alla sua pulsione all'acquisto e al consumo di massa. È così che per esempio viene alla luce uno dei prodotti seriali più longevi della modernità, vale a dire la *soap opera*, formato che attraverserà da protagonista il passaggio tra epoca radiofonica e televisione.

La serialità instaura con il tubo catodico un rapporto senza dubbio privilegiato, proprio perché attraverso di esso riafferma il suo principio primario di collante socializzatore, sfruttando la capacità del piccolo schermo di incunarsi nei meandri della famiglia borghese mononucleare, praticando un continuo un *massaggio* virtuale sui target, e rendendo testimoni e complici questi ultimi delle vicende vissute dai

personaggi protagonisti delle storie narrate. Così l'esibizione costante di soggetti disadattati o squilibrati, la visualizzazione dei reperti biologici, degli elementi necroscopici, delle metafore fantasmatiche, così come delle indagini noir e poliziesche incarna la funzione di una esperienza performativa in cui lo spettatore colleziona indicazioni preziose sulle proprie tendenze, sui propri stili, sui propri desideri.

Con il recente ingresso dei dispositivi di rete e delle tecnologie digitali, infine, le logiche di scambio e di rappresentazione connesse al consumo in serie hanno modellato ancora una volta le proprie caratteristiche, a partire dall'aggiornamento dell'immaginario spettatoriale e dei suoi codici espressivi. L'affermazione di attività come il file sharing, il blogging, il tweeting, e in generale della comunicazione praticata attraverso i social media, hanno riequilibrato il sistema mediatico partendo da dinamiche più conversazionali, emotive, affettive, in cui le audience sono molto più direttamente coinvolte nel processo di produzione e mettono in atto tattiche collaborative variegata e composite.

1. Il sé wikinomico: consumo e identità

«I cheated myself
Like I knew I would
I told you, I was trouble
You know that I'm no good»

(Amy Winehouse - *You Know I'm No Good*)

Deficienze collettive

Gli studi sociali sembrano considerare l'*identità* come un'idea in crisi, forse perché in crisi pare essere l'intera architettura della soggettività contemporanea. In effetti, a ricordare come in passato certe idee "forti" di identità abbiano conciso (anche) con posizioni etnocentriche, con ogni sorta di maschilismo od omofobia palesati o mascherati, con assolutismi di vario tipo derivanti dalla centralità dell'io-pensante, del Sé sopra-tutte-le-cose (dunque sopra-tutti gli altri, l'Altro), la tentazione di declassare l'identità a reliquia metodologica, a strumento del tutto inadeguato a indagare e a *vivere* le questioni del presente è molto forte.

Qual è la formula identitaria che abita il contesto globale, dal momento che l'*io* come *cittadino* sembra non rappresentare (più) la promiscuità culturale di una

civiltà compiutamente mondializzata? Oppure, in negativo, quale sarebbe il costrutto identitario da contrapporre a tale civiltà ammesso che volessimo – irragionevolmente – abbracciare una posizione antimodernista? Dopo che il Novecento ha provveduto a scartare le posizioni più caricaturali, come quella dell'imperialismo, dell'autarchismo e dello sciovinismo, la modernità matura pare aver espunto dall'elenco dei paradigmi credibili anche le formule più progressive, dal marxismo (crollato sotto i colpi dello stesso socialismo reale) al liberalismo (i cui fautori hanno storicamente dovuto pagare dazio ai vari protezionismi, populismi, integralismi religiosi). Né hanno potuto evitare lo schianto i miti dell'American Dream e del Melting Pot, quello legato alla costruzione di un'Europa politicamente e socialmente unita, o quello di un Occidente egemone rispetto ai mezzi produttivi, oltre che depositario pressoché unico di sistemi di convivenza democratica (Ziegler, 2005; 2010). Da questo punto di vista, quindi, tra le poche cose che effettivamente sappiamo sulla globalizzazione è che esiste, accanto ad essa, una spinta soggettuale uguale e contraria verso un quid generico che per convenzione

chiamiamo *localismo*, ma che non potremmo qualificare in termini molto più precisi (Beck, 1999; Appadurai, 2001 e 2005; Bauman, 2000 e 2005; Gallino, 2007; Touraine, 2008).

Un discorso analogo può essere fatto rispetto alla questione del lavoro. La delocalizzazione progressiva degli apparati produttivi ha condotto alla fine di un sindacalismo strutturato, disgregatosi davanti alla trasformazione irreversibile di una controparte industriale, sempre meno radicata sul territorio. Un processo che ha avuto a sua volta delle conseguenze rilevanti sia sotto l'aspetto economico che culturale. Di fronte al precariato e alla "atipicità" contrattuale dei vari comparti professionali l'*io* come *lavoratore* fatica a costituirsi, e tanto più a identificarsi in sovrastrutture ideologiche di qualsiasi origine, tessendo le coordinate di un tempo in cui le forme organizzative tradizionali si caratterizzano per una crisi di rappresentanza oramai cronicizzata e rendendo lontano il ricordo di un secolo, quello appena passato, in cui la coesione sociale si tramutava spesso in rivendicazioni (di classe, di ceto, di gruppo o persino di corporazione) condivise (Dobb, 1958; Accornero, 1980; Bauman, 2007).

E si potrebbe continuare, estendendo il discorso alle varie forme in cui si declina la conoscenza. L'articolazione epistemologica in campi di sapere storicizzati e indipendenti, infatti, sembra sempre meno adatta ad analizzare le emergenze del contemporaneo. Pare anzi sostanzarsi in questo senso la premonizione di Hans-Georg Gadamer, secondo cui è arrivata l'ora di riqualificare la visione sulle cose, trasformandola da sguardo critico e distaccato a *sguardo* etimologicamente *teorico* (*theaomai*, cfr. Gadamer, 1998), cioè partecipe del flusso inarrestabile degli eventi stessi, così da annientare la distanza tra un *io-che-studia*, che pone, e un oggetto di studio posizionato, definito dal Sé. Un cambio sostanziale di paradigma che, oltre a favorire l'uso sincretico di metodi di conoscenza differenti, sradicandoli da pattern di indagine pre-ordinati e identificabili, spinge a riconsiderare persino l'efficacia del concetto hegeliano di *spirito assoluto* come forma sintetica definitiva tra corpus oggettuale e soggettività (Hegel, 1807). Difatti, se è vero che l'*assolutezza* dello spirito consiste nella pacificazione delle frizioni dialettiche tra gli enti, è altrettanto indispensabile in quel *modus cogitandi* che

tali enti siano *posti* da un osservante, appunto, da un *colui* che dispone le modalità del conoscere, permettendosi un "lusso" che allo stato attuale pare impraticabile per comprendere l'essenza immaginifica delle cose, vale a dire quello di rinunciare a confondersi con esse, in special modo con *le merci*, con gli *oggetti del desiderio* con cui conviviamo. Chi si misura con le forme mutevoli dei prodotti culturali, per esempio, sa che l'immaginario e gli elementi che lo popolano (le star, le luci, gli eroi, i mostri, le città), oltre a non prestarsi, per la loro essenza fluida, magmatica e sfuggente (Brancato, 2010), a nessuna procedura ordinativa immutabile, *a nessuna definizione* stringente, *non sono di fronte al colui che osserva: sono dentro e fuori il colui*, lo abitano, e da egli si lasciano abitare, in uno spazio di *intelligenza collettiva* (Lévy, 1994).

Il fatto è che nel momento in cui tentiamo di riconsiderare *noi stessi e il Resto* (fosse anche *in un sol tempo*, vale a dire *insieme* al resto), di *gettarci nel gorgo*, di sentirci fusi a esso mentre ci *chiamiamo*, mentre ci percepiamo da esso distinguibili, noi tutti sembriamo consapevoli di non poter fare a meno

dell'identità. Accusiamo in fondo la sua latitanza, consideriamo il suo stato dormiente come una sorta di *mancanza*, come una *deficienza collettiva*, perché «l'identità è un'idea che non può essere pensata come in passato, ma senza la quale alcune questioni-chiave non possono essere pensate» (Hall, 2006: 314).

È a questo punto, allora, che rischiamo di ripiegare verso l'essenzialismo, ricercando un fattore-chiave, un'entità atomica, irriducibile su cui basare le individualità come i sentimenti collettivi: un *homunculus* che sta presumibilmente dentro di noi (Pecchinenda, 2008; Brancato, Pecchinenda, 2010) e che alimenterebbe la disambiguazione *definitiva* del nostro essere.

Il contesto narrativo dal quale proveniamo è quello di derivazione cristiana, in cui c'è sempre stata l'idea che ci fosse questo famoso quid da cercare. Un quid che ha cambiato semplicemente nome nel corso dell'evoluzione del nostro pensiero: anima, spirito, poi mente, scienza, inconscio, e oggi codice genetico (Ib.).

Ma quale senso avrebbe il tentativo di affermare *una volta per tutte* la propria riconoscibilità? Tale pratica

non può che avere due conseguenze. Da una parte la volontà di idealizzarci, di cristallizzare ciò che siamo, auto-scolpendoci nel tempo o in un contesto spaziale, può essere solo finalizzato a riservarci la possibilità di *tornare* in un secondo tempo su noi stessi, facendoci *oggetto del discorso*. Si tratta di una vera e propria reificazione della *soggettività*¹, che quindi tenderebbe a diventare nuovamente una *oggettività*, un'entità posta da un qualcuno di cui, di nuovo e paradossalmente, non possiamo sapere molto. Dall'altro lato, e ciò probabilmente è quello che più conta, l'unico nostro tratto essenziale "permanente", per quanto ne sappiamo, è legato proprio alla nostra tendenza a disporci, attraverso l'uso del pensiero e della tecnica, verso la conoscenza di noi stessi e dell'ambiente che abitiamo (o, se si vuole, che *ci abita* nel momento in cui lo pensiamo). Tutti elementi peraltro ontologicamente e innegabilmente *in fieri*. Come a dire che, poiché pensiamo di essere ciò che conosciamo, il nostro stesso essere è in costante mutamento, e anzi è *il*

¹ Già Marx (1844) indica l'importanza di questo fenomeno sottolineando il limite concettuale della suddivisione oppositiva tra coscienza e autocoscienza, tra prassi e astrazione, che condurrebbe evidentemente a uno stato di alienazione il soggetto indagante.

mutamento: siamo fino a che *cambiamo*, e se non cambiassimo smetteremmo semplicemente di essere. Per dirla con Hume, «la ripetizione di ciò che conosciamo non cambia nulla dell'oggetto che si ripete: tutto ciò che muta sta nello spirito che lo contempla» (Hume, 1739-40). Porre il nostro tratto essenziale, quindi, *affermarci una tantum* non ci è possibile, se non illusoriamente, quantomeno perché mentre osserviamo un *noi* fissato, perdiamo inevitabilmente il *noi* che osserva.

Le domande del soggetto contemporaneo sulla natura del sé, alla ricerca di un'idea di identità intellettualmente accettabile, rischiano di tradursi in pratica in una oscillazione senza soluzione di continuità tra due ipotetici estremi: il primo è quello associabile a un'identità "debole", il cui *cammino dissoluto* verso i confini di se stessa, verso il luogo in cui essa incontra e sente l'altro da sé, conduce a una *dissoluzione* percettiva insostenibile, a una soggettività che *si sente mancare*; il secondo è quello di un'identità (nuovamente) "forte", centrata, posizionata, essenzialistica, che a sua volta, a causa proprio della sua fissità, non riesce a figurare la mutevolezza che la

contraddistingue (Pecchinenda, op. cit.). Allora forse ciò che conviene indagare è quello che sta nel mezzo, è l'azione stessa dell'*oscillazione* mentre essa si caratterizza come tale. Occorre spostare l'attenzione verso l'atto, verso la pratica del dire, onde evitare di dare luogo a un mondo in cui il predicato si distanzi dal soggetto, in cui con tutta probabilità «cose e parole si separeranno. L'occhio sarà destinato a vedere, e a vedere soltanto; l'orecchio solamente a udire. Il discorso avrà bensì per compito di dire ciò che è, ma non sarà nulla più di ciò che dice» (Foucault, 1966: 58-59).

Una delle forme di sapere in cui negli ultimi anni meglio è stata affrontata la tematica identitaria è senz'altro l'etnografia, e proprio grazie all'abbandono di una *visione (etno-)centrica*. Il fenomeno si deve essenzialmente all'ampio lavoro di riforma che una larga parte dell'antropologia culturale ha condotto su se stessa, dal momento che prima di tale cambiamento questo importante approccio si è caratterizzato per un lungo periodo grazie al suo apporto fondamentalmente "amministrativo" rispetto alle politiche coloniali d'Occidente. Beninteso, il pensiero antropologico non è

stato l'unico a dover rimodellare se stesso di fronte ai cambiamenti epocali che hanno caratterizzato la modernità e, più segnatamente, il Novecento. La psicologia sociale, l'economia, l'architettura, la stessa filosofia del linguaggio in maniera simile hanno dovuto fare i conti con un riallineamento prospettico progressivo rispetto alle emergenze di un tessuto politico e sociale in mutamento perpetuo, e la sociologia è stata notevolmente toccata dal problema in un momento di poco successivo, quando cioè sono iniziati a venir meno i fondamenti della società di massa classicamente intesa, passata in pochi decenni da una modalità abitativa imperniata sulla centralità della metropoli a un contesto virtualizzato fondato sui media de-massificati. Ma per l'etnografia la questione della "scrittura dell'altro" si è posta con particolare urgenza proprio perché la storia ha "improvvisamente" condannato la natura politica del colonialismo (almeno sotto l'aspetto formale), rendendo l'approccio degli studi coloniali non solo desueto, ma culturalmente inaccettabile, indicibile. In questo caso specifico quindi un mancato rinnovamento dello statuto teorico avrebbe presumibilmente condotto all'estinzione della materia, o

a una sua forte perdita di credibilità.

Una volta terminata l'epoca del colonialismo storico e politico è iniziato quindi un processo di messa in discussione della rappresentazione dell'Altro, congiuntamente a una consapevole contaminazione del linguaggio etnografico con altre forme di conoscenza e di rappresentazione (psicologia, arte, letteratura, media), con risultati evidenti. La visione muta: a *scrivere (sul)le culture* non sono più i ricercatori delle università occidentali, che per conto di un modello sociale "dominante" si sentono legittimati a de-scrivere per stereotipi le soggettività "subalterne": sono le soggettività stesse (indifferentemente occidentali, "orientalizzate"², native, migranti, metropolitane), nella loro complessità organizzativa ed esistenziale, ad auto-rappresentarsi secondo una cultura *sincretica*. Nel solco tracciato da questi eventi, in uno dei testi più importanti dell'etnografia contemporanea – *Writing Culture*, curato da James Clifford e George E. Marcus – Michael Fischer scrive a proposito dell'identità:

[...] le categorie sociologiche di solidarietà di gruppo, valori

² Cfr. Said, 1978

tradizionali, mobilità familiare, mobilitazione politica, appaiono molto meno efficaci di quanto non lo siano i romanzi scritti da immigrati sul tema della ribellione contro la famiglia, il matrimonio tradizionale e l'acculturazione.

Ciò che queste nuove opere recuperano è: *primo*, l'opinione paradossale che l'etnicità sia qualcosa che ogni generazione reinventa e individualmente reinterpreta: un processo che i singoli non sono in grado di controllare. L'etnicità non viene semplicemente tramandata da una generazione all'altra, non viene insegnata e appresa. È qualcosa di più dinamico [...]. L'etnicità è spesso una componente emotiva profonda dell'identità, e viene trasmessa non attraverso un linguaggio o un insegnamento cognitivo (tema privilegiato della sociologia) ma attraverso il sogno e il transfert degli incontri psicanalitici. *Secondo*, ciò che questi nuovi lavori sull'etnicità scoprono e reinventano è, forse in modo sempre più crescente, qualcosa di nuovo: essere cinesi-americani non è la stessa cosa di essere cinesi in America. In questo senso non ci sono modelli cui ispirarsi per diventare cinesi-americani. Il problema è trovare una voce o uno stile che non violino le diverse componenti della propria identità. Questi processi di assunzione di un'identità etnica insistono su una concezione plurale, multi-dimensionale del sé: esser convinti che si può essere molte cose diverse, e costituire la premessa per un più ampio ethos sociale pluralista. *Terzo*, la ricerca o la lotta per l'acquisizione di un'identità etnica è una (re-)invenzione e una scoperta di una visione etica orientata al futuro (Fischer, 1986: 246-247).

L'identità, ammesso che sia un approdo, non è affatto un approdo (esclusivamente) cognitivo, perché essa non può essere trasmessa né tramandata *in toto*. Per giunta, non può essere de-scritta, perché non può essere fissata in differita (distacco temporale) o in remoto (distacco spaziale): si inventa e si reinventa senza soluzione, è una *pratica* autogena di tipo discorsivo, comportamentale, sociale, emotivo, rappresentativo. L'identità è quanto di più composito e fluido si possa immaginare e né la monoliticità né la fissità spazio-temporale le appartengono. Ciò che ci sorprende è anzi la sua essenza multidimensionale, tanto più in una fase in cui il nostro essere-nel-mondo ha subito delle modificazioni essenziali per l'intervento di tecnologie e forme di relazione sociale particolarmente innovative, come quelle connesse ai media digitali.

Le pratiche di consumo come attività di rappresentazione e identificazione

Dall'approccio cognitivo alle pratiche di

rappresentazione dunque, che nel momento in cui si manifestano esibiscono non solo il retroterra alfabetico e pre-ordinato della trasmissione del *sapere*, ma *anche* la materia disorganica e non lavorata del *sentire* (cfr. per esempio Perniola, 1991). A questo punto nasce l'obbligo di una domanda: qual è la pratica che meglio parla delle soggettività contemporanee? Se nel viaggio che percorriamo dentro la questione identitaria ci accorgiamo di rifuggire un passato fatto di paradigmi asettici, di discipline in posa plastica intente a imbastire *ex cathedra* il profilo di un "altrui" mai sufficientemente ascoltato, allora a chi, a cosa è il caso di affidare la capacità di misurare il potere della rappresentazione? Gli studi sociali e culturali sembrano concordare sul fatto che la prospettiva più affidabile sia quella del *consumo*, inteso come inalienabile protrazione del processo produttivo, come il suo lato sociale, plurale, negoziale.

L'intuizione sulla convergenza tra consumo e rappresentazione affonda le sue radici in una linea di indagine marxiana (molto più che marxista) che nel tempo ha intessuto idealmente il pensiero di studiosi teoricamente eterogenei come Walter Benjamin, Georg

Simmel, Siegfried Kracauer, Louis Althusser, György Lukács, Michel Foucault, Edgar Morin, Gilles Deleuze, Félix Guattari e altri, ed è proseguita sino ai nostri giorni, rivitalizzata da intellettuali afferenti alle aree dei cultural studies e, appunto, dell'approccio etnografico. Mentre a esaltare in modo sorprendente l'importanza della produzione segnica delle identità nei propri atti di consumo è stato Michel De Certeau nel suo *L' invenzione del quotidiano*. Scrive in proposito Alberto Abruzzese:

Al pari di McLuhan, anche De Certeau, approssimandosi alla tattilità delle interazioni umane antropologicamente fondate sui linguaggi del corpo, del non-sapere, e violando il tabù con cui fino a oggi l'Occidente ha preservato il potere della scrittura, ha contaminato una spaziatura sociale di durata memorabile. Questa dissacrazione della scrittura ha profondamente urtato l'inconscio del sapere scientifico, sollevando in toni più o meno espliciti o impliciti perplessità, scandalo, incomprendimento, diffidenza, rifiuto.

Ma è grazie a questa scelta che McLuhan e De Certeau sono arrivati al cuore della differenza tra saper e vita quotidiana, ovvero, studiando questa differenza, hanno potuto decidere di essere trasgressivi. Analizzando i luoghi comuni della vita umana sono riusciti a minare i comuni fondamenti della vita sociale.

(Abruzzese, 2001:XIII).

Spingendo la sua riflessione sulla costruzione "dal basso" del quotidiano De Certeau non solo ha voluto abbattere il mito della fissità della scrittura, che storicamente si è configurata come l'impronta (su pietra, su metallo, su carta) di un ceto dominante alfabetizzato, ma ha anche direttamente mosso una critica all'esercizio intellettuale connesso alla produzione di teorie macro-economiche e macro-sociali tradizionalmente sbilanciate sull'aspetto produttivo-strutturale, a discapito di quello "consumativo".

La consapevolezza del ruolo fondante e attivo incarnato dalle comunità dei consumatori, del resto, non è certo una novità introdotta dagli studi contemporanei, tanto che già Marx, mediante l'elaborazione dell'idea di *finish* nei *Grundrisse* (cfr. Marx, 1858; Abruzzese, 1979) vedeva il consumo di una merce come un'azione distinta ma certo non separata dalla produzione del bene stesso: un vero e proprio compimento di esso. Allo stesso modo, oltre a De Certeau, alcuni esponenti dei cultural studies hanno iniziato a parlare di "consumo produttivo" e addirittura di "consumo produttivo

antagonista" riferendosi a un meccanismo simile, e descrivendo le dinamiche della significazione in relazione alla fruizione di prodotti concreti e mediatici della *pop culture* (Hoggart, 1957; Williams, 1968; Grandi, Cantor e Pingree, 1994; Du Gay, 1997; Du Gay e Hall, 1997; Fiske, 1989a; Gelder, 1997), fino ad arrivare all'elaborazione di Alvin Toffler, che – in un suo famoso saggio del 1980, *The third Wave* – coniò la fortunata crasi "prosumer", nata dal congiungimento dei termini "producer" e "consumer", per denotare la circolarità e l'intersoggettività del processo produttivo.

Tra le metafore contemporanee che meglio hanno espresso questa tendenza annoveriamo *Second Life*, un esperimento "cibernetico" che quantitativamente (rispetto al numero di utenti registrati e attivi) non ha ottenuto i risultati a un certo punto sperati dalla società promotrice Linden Lab, ma che qualche tempo fa ha avuto il merito di declinare in termini pragmatici e collaborativi, almeno tra gli utenti più esperti, l'estetica del prosuming. Secondo Tapscott e Williams, infatti, nel contesto economico attuale

proprio come in *Second Life*, il consumatore co-innova e co-

produce a tutti gli effetti i prodotti che consuma. In altre parole, i clienti non si limitano a modificare o personalizzare le merci: possono darsi un'organizzazione autonoma allo scopo di creare le merci che desiderano. Gli utenti più avanzati, infatti, non aspettano più che qualcuno li inviti a trasformare un prodotto in una piattaforma sulla base della quale sviluppare le proprie innovazioni. Piuttosto danno vita a community di prosumer nell'ambito delle quali condividono tutte le informazioni relative ai prodotti, collaborano alla realizzazione di progetti personalizzati, commerciano e si scambiano suggerimenti, strumenti e trucchi da hacker consumati (Tapscott, Williams, 2006:141).

In generale, ciò che si evince è che il piano del consumo è da intendere come un processo costellato di componenti emotive e immateriali, ben lontano dall'essere analizzabile tramite un approccio deterministico. Tale immaterialità costituisce una sorta di *spirito del consumo*, un'idea che si auto-plasma al pari delle identità dei consumatori (forse potremmo dire *grazie* ad esse) e subisce un processo costante di modellamento che coinvolge il livello immaginifico delle soggettività culturali, andando ben oltre quei bisogni che per semplicità chiameremmo "primari" (ammettendo e non concedendo, appunto, che il

bisogno di nutrire tale "spirito consumistico" sia secondario rispetto al soddisfacimento delle necessità corporali).

Quello che accade grazie all'avvento dell'epoca cibernetica e con l'affermarsi nell'arco degli ultimi decenni dell'economia delle reti, inoltre, è che tale *immaterialità* diventa il *tratto distintivo* dell'interno corpo sociale, la cifra stilistica che contraddistingue i suoi processi comunicativi, le sue esigenze riproduttive, e in definitiva la sua socializzazione. Il consumo, e segnatamente il consumo culturale, in pratica, diventa (o rimane) la principale modalità di negoziazione di una società complessa e stratificata in cui la *valorialità* consiste soprattutto in una serie di scambi e rappresentazioni astratti. In un certo qual modo gli stili di consumo appaiono più significativi degli oggetti consumati, tanto che le merci assumono un'auraticità del tutto *emancipata* dalla propria funzione fisica. Si tratta di un meccanismo ben illustrato a suo tempo da Simmel (1911), nel momento in cui egli afferma, a proposito della moda, che i potenti dispositivi di negoziazione a essa correlati hanno il potere di *liberare* gli oggetti, i quali perdono la propria fisionomia

originaria, la propria essenza di *cosa* che esiste in funzione di *qualcos'altro*, per divenire merce che *fa tendenza* in sé, che è in grado cioè di modificare il comportamento di taluni individui o gruppi sociali in modo che essi *tendano* a possederla e consumarla con finalità di emulazione (o, per lo stesso principio, di differenziazione) rispetto ad altri insiemi di soggettività. E tali oggetti, spogliati della propria *funzione* strumentale, spesso non perdono solo il proprio *valore d'uso* (Gebrauchswert, cfr. Marx, op. cit.) a favore del proprio valore di scambio (Tauschwert), ma anche la propria *usability*, la *funzionalità* di utilizzo che si cerca in un prodotto nel momento in cui ci si serve di esso per raggiungere un obiettivo pratico.

Appare evidente, in ogni caso, in linea con quanto considerato sinora rispetto alle pratiche di affermazione identitaria, che il modo di plasmare le proprie sensibilità e i propri gusti intorno a un prodotto o un marchio non segue una logica di stampo esclusivamente alfabetico-razionale. Le tattiche di rappresentazione e di interazione delle società digitali sono sfaccettate, instabili e votate all'affettività più che alla razionalizzazione; inoltre la caoticità e la densità dei

flussi comunicativi incoraggiano gli apparati produttivi ad abbandonare le pratiche di comunicazione generaliste per intavolare con i consumatori forme relazionali di tipo mirato, con il fine di instaurare un feeling selettivo che abbatta il “rumore” circostante. I grandi investimenti della comunicazione d’impresa di questi anni, per esempio, si sostanziano intorno ad alcune tendenze già individuate (benché non ancora codificate in modo chiaro) rispetto al Customer Relationship Management, o CRM.

La strategia dei produttori di merci e servizi consiste nel basare sempre di più la comunicazione di essi su strategie di tipo *conversazionale*, sfruttando le risorse del web 2.0 e dei social network. Il principio è quello della cultura partecipativa (Jenkins, 2006a) applicata al marketing, e l'obiettivo principale risiede nello stimolare le dinamiche di collaborazione proprie delle community. I consumatori, infatti, modificano la loro propensione all'acquisto e le loro abitudini in relazione ai media che utilizzano, costruendosi un'opinione sulle merci proprio *conversando* con gli altri utenti, in un frame paritario e anonimo (grazie per esempio all'utilizzo dei nickname). Il messaggio istituzionale *broadcast*, come quello

inviato dalla tv e dalla stampa generalista, tende a perdere la propria credibilità rispetto a quello delle comunità virtualizzate, e in questo modo viene per molti versi abbattuto il modello comunicativo "a doppio flusso" a suo tempo teorizzato da Katz e Lazarsfeld (1955). Gli opinion leader classici (per esempio i testimonial) progressivamente vedono scemare la propria autorevolezza, poiché in questa ottica la bontà di un'opinione deriva soprattutto dall'esperienza di consumo di colui che la esprime, e non dalla sua fama. Nell'acronimo CRM, quindi, la componente che in questa fase varia maggiormente è quella legata alla lettera "R", cioè al fattore relazionale che regola lo scambio e le rappresentazioni dei soggetti in causa. Ed è bene sottolineare che in un quadro così composto tali soggetti non sono solo il produttore e il consumatore in senso stretto (cioè le società che fabbricano le merci e i target colpiti), ma anche gli *stakeholder*: i partner, i dipendenti, i fornitori e persino i concorrenti dei primi, oltre che gli "amici" – online e offline – dei secondi, in un sistema di funzionamento complessivo che avvalorava l'idea di Philip Kotler (Kotler, Jain, Suvit, 2007) secondo cui l'ultima frontiera del business sarebbe rappresentata

dal cosiddetto *marketing olistico*, cioè appunto da quell'insieme di teorie e di tecniche che tengono conto dell'intera moltitudine di soggettività in causa in un contesto di mercato, e della fluidità che caratterizza i loro rapporti.



Fig.1 .La strategia dei produttori di merci e servizi è quella di basare sempre di più la comunicazione di essi su strategie di tipo conversazionale, sfruttando le risorse del web 2.0 e dei social network

2. Il sé biologico: natura e conoscenza

#naturadellanatura³

Se qualcuno prendesse la parola in un'assise di ecologisti o di religiosi e sostenesse che la natura, per come la conosciamo attualmente, non è altro che una *rappresentazione*, una pura e opinabile *invenzione* (prima che un corpus di *scoperte*) del genere umano, e che per questo motivo la sua concezione si fonda su una serie di postulati *discutibili*, rischierebbe quantomeno una consistente bordata di fischi. Con ogni probabilità, tuttavia, la punizione inflitta al malcapitato sarebbe ingiusta.

Si sa, quando consideriamo a fondo l'origine delle parole che utilizziamo quotidianamente, i loro etimi, i contesti sociali in cui esse sono state concepite o hanno subito rilevanti mutazioni di significato, spesso scopriamo che alcune delle nostre inossidabili convinzioni, talvolta coltivate sin dall'infanzia, sono più

³ Il titolo di questo capitolo è un esplicito omaggio all'opera omonima di Edgar Morin, pubblicata per la prima volta in Francia nel 1977. Il carattere “#” e il mancato impiego degli spazi tra le parole, invece, “attualizzano” l'espressione secondo le logiche dei social media contemporanei, derivando dalle forme espressive di Twitter, in cui tale tipo di costruzione prende il nome di *#hashtag*.

fragili del previsto (cfr. Foucault, op. cit.), e in tal senso l'espressione *natura* non fa eccezione. D'altro canto a partire dalle declinazioni di significato del termine si noterà quanto l'uso delle locuzioni afferenti al campo semantico in questione – dunque riconducibili a *tag* come “naturale”, “naturalmente”, “naturalizza”, “naturalità”, “naturalizzazione”, “naturalista”, “contro-natura”, e persino “naturista” – possa essere ambiguo, e possa dare luogo a evidenti e curiose contraddizioni. Il punto è che, come illustrato magistralmente in alcuni passi de *Il metodo - vol I. Natura della natura* di Edgar Morin, *la conoscenza della natura* è indissolubilmente connessa alla *natura della conoscenza*. Il nostro modo di nominare, rappresentare e narrativizzare ciò che ci circonda è insomma il frutto di negoziazioni semantiche e comportamentali derivanti soprattutto da processi culturali generali.

Molti anni fa Sapir aveva fatto notare che “era assurdo dire che il concetto di uomo è talvolta individuale, talvolta sociale (e aggiungo: talvolta biologico), così come è assurdo dire che la materia obbedisce alternativamente alle leggi della cultura e a quelle della fisica atomica” (Sapir, 1927). La dissociazione dei tre termini individuo/società/specie spezza la loro relazione

permanente e simultanea. Il problema fondamentale è allora quello di ristabilire e di investigare ciò che nella dissociazione è scomparso: questa stessa relazione. È dunque di primaria necessità non soltanto la riarticolazione di individuo e società (processo che è stato talvolta intrapreso, ma a prezzo dell'appiattimento di una delle due nozioni a vantaggio dell'altra), ma anche l'effettuazione dell'articolazione, considerata impossibile (o, peggio, "superata"), fra la sfera biologica e la sfera antropo-sociale (Morin, 1977:4).

È innegabile, e in qualche maniera *naturale*, del resto, che la concezione dominante della natura nella modernità risulti figlia di due matrici di pensiero ad alto potenziale fondativo: la rivoluzione scientifica seicentesca e l'Illuminismo enciclopedico, attraverso cui abbiamo ridefinito e ricodificato universalmente fenomeni già noti, ponendo al contempo le basi per la tassonomizzazione delle "scoperte" che sarebbero avvenute (e avverranno): specie animali e vegetali, sostanze organiche e inorganiche, architetture molecolari, linee e stadi evolutivi, modalità di aggregazione sociale.

Esattamente per questi motivi *scoprire*, come *inventariare*, è sempre *inventare*: è battezzare la

“nuova” cosa, stabilire delle relazioni funzionali tra essa e il pre-esistente, riempire con il suo nome una categoria (cfr. Kant, 1781; Sacchi, 1995), uno spazio cognitivo pre-elaborato e pronto ad accoglierla. E non può stupire che la scoperta, proprio in quanto invenzione, abbia dimostrato di avere un apparentemente insospettabile valore politico, legata com'è al *potere della nomina*zione, appunto, pronto a manifestarsi ogni volta che *qualcuno* decide di proclamare il risultato della propria, innovativa ricerca. “America” è, (solo) nominalmente, la terra di *Amerigo* (Vespucci), oltre che di Colombo, e senza dubbio le popolazioni native che l'avevano abitata sino al 1492 non sentivano affatto il bisogno che qualcuno la “scoprisse”: tanto che la domanda realmente interessante diventa: «*per chi* è stato *nuovo* il “Nuovo Mondo”?».

Allora è probabile che oggi, quando per esempio parliamo di “tutela della biodiversità” riferendoci alla natura intendiamo riferirci – più o meno indirettamente o inconsapevolmente – anche e soprattutto al rispetto per la *noodiversità* e per la *pluralità di visioni* sulla *res*, a un auspicabile afflato democratico che riguardi

l'appropriazione cognitiva dell'“oggetto naturale”. Non per caso uno dei grandi rivoluzionari in tema di natura resta per la nostra cultura San Francesco d'Assisi, dal momento che la sua rinuncia a un potere derivante dalla ricchezza materiale coincide con un *dare del tu* agli elementi primari, e con il porre idealmente se stesso all'interno di un disegno neo-panteistico in cui niente e nessuno ha il primato sul resto, se non – nel suo caso – un respiro divino che anima misteriosamente il Tutto. Per questo è proprio San Francesco, almeno idealmente, a preparare anzitempo il terreno a Lamarck (1815–1822) e alla sua elaborazione scientifica, dal momento che

a metà del Settecento [...] la scala esplicativa scendeva con moto deduttivo dall'Essere supremo all'uomo, alla scimmia, giù giù fino agli infusori. Questa gerarchia era un insieme di passi deduttivi dal più perfetto al più rozzo o semplice; ed era rigida, poiché si supponeva che ogni specie fosse immutabile.

Lamarck [...] capovolse quella scala esplicativa: fu lui a dire che la scala comincia con gli infusori e che si hanno cambiamenti che conducono su verso l'uomo. Il capovolgimento della tassonomia da lui operato fu uno dei fatti più stupefacenti mai occorsi: fu l'equivalente, in biologia, della rivoluzione

copernicana in astronomia (Bateson,1972: 466).

Nello stesso solco si posiziona la reinterpretazione del pensiero darwiniano emerso negli ultimi anni, dopo che per troppo tempo l'evoluzionismo del pensatore inglese era stato interpretato come un determinismo tanto sofisticato a livello empirico, sempre effettivamente fedele al modello classificatorio di stampo enciclopedico, quanto rozzo e parziale sotto l'aspetto teorico. Secondo questa rinnovata lettura, per esempio, se di "legge di natura" si deve parlare, è certamente più giusto riferirsi non a un principio universale di *dominio delle specie più forti* (tanto meno in riferimento all'*homo sapiens*), bensì a una preminenza del *carattere adattativo* degli individui rispetto all'ambiente. La specie umana, che comunque si caratterizza ancora per le enormi contraddizioni che la animano (soprattutto se consideriamo la sua complessiva incapacità di distribuire in maniera funzionale le risorse tra tutti i suoi individui), probabilmente ha finora scambiato il suo più importante tratto adattativo, vale a dire l'intelligenza nell'uso della tecnica, per un potenziale di sopraffazione, non considerando che la

capacità di relazionarsi col mondo in maniera tecnologica per certi versi non è che una nota inizialmente "incidentale" della sua linea evolutiva, rivelatasi più funzionale alla sopravvivenza rispetto alle caratteristiche di altre specie.

La natura come Utopia

In molti casi ci riferiamo alle *cose naturali* semplicemente come a un insieme di elementi che *preesistono* rispetto all'organizzazione sociale. In questo senso l'azione di andare *incontro* alla natura si configura sempre come un *ritorno*, un dolce viaggio a ritroso verso uno stato di pace, di piacere, di tranquillità, di salute; non a caso il famoso claim recitava: "Mangia sano, *torna* alla natura".

Chiaramente sarebbe sufficiente comparare dei banalissimi dati riguardanti l'aspettativa di vita attuale con quelli relativi alle epoche pre-industriali per riaffermare ciò che tutti sanno, e cioè che lo sviluppo della tecnica e il raffinamento dell'organizzazione sociale hanno in realtà migliorato, almeno in generale, le nostre condizioni di salute e di vita (Coale, Watkins,

1986; Bernardini, 1988; Lotka, 1998). Ciò che è *naturale*, nel senso di non civilizzato o addomesticato, il più delle volte insomma non è sano *in sé*, e per certi versi il nostro progressivo affrancamento dallo *stato di natura*, dalla scoperta del fuoco e dalla cottura dei cibi, fino al varo delle nanotecnologie, è l'unica caratteristica immutata e immutabile della nostra specie. Ne deriva che ciò che Pierre Lévy definisce *ominazione* (Lévy, 1995; cfr. anche Bolk, 1926), indicando con questa espressione la nostra ineludibile tendenza a modificare e "umanizzare" le cose del mondo, è l'unico aspetto realmente con-naturato al genere umano. La propensione all'affinamento della tecnica è insomma *nella nostra natura*, è per noi una inalienabile modalità dell'esistenza.

L'idea di natura come Eden, come mondo perfetto che *non esiste più*, è senz'altro da ricondurre, oltre che alle sacre scritture della cristianità, al periodo in cui l'impetuoso processo di industrializzazione ha investito i Paesi occidentali, a partire dalla metà del Settecento. Già in molte manifestazioni della letteratura dell'Ottocento convivevano due tendenze apparentemente opposte, e in realtà funzionali l'una

all'altra. La prima narrava della vita metropolitana esaltando, se non le sue caratteristiche positive, il sentimento di *vertigine* assoluta di cui essa era foriera. La seconda tendenza è quella che si riferisce *già* alla natura come dispositivo di *recupero valoriale* o *sensoriale*, seppur in forma talvolta contraddittoria. Per citare esempi molto noti, possiamo far riferimento a un autore come Maupassant, impegnato a dipingere in molti dei suoi racconti un espressivo chiaroscuro sulla dicotomia campagna/città; o a un romanzo come *Casa Howard*, in cui le ambientazioni bucoliche dell'entroterra inglese mettono in scena un aspro contrasto emozionale con la sempre più problematica Londra; o ancora ai grandi romanzi di avventura in cui irrompe nella modernità il mito dell'*esotico*, di un fuori-da-qui in cui sono confinati i culti dell'*autenticità* e della *originarietà*. Anche l'escapismo spettacolare di Salgari, impegnato per una vita a costruire (con grande successo) un'alterità fascinosa alla sua sostanziale immobilità torinese, e il fondamentale *Tarzan delle scimmie* di Edgar Rice Borroughs, vanno in questa direzione.

Come gli scrittori raccolti nelle storie della letteratura, Salgari possedeva un sistema: una rozza teologia; un edificio di personaggi. Credeva, in primo luogo, all'esistenza del "genio" creatore, e lo rappresentò nel personaggio di Sandokan, libero e scatenato come una forza della natura: con la ferocia, lo sguardo tetto, gli occhi iniettati di sangue, i sordi brontolii, i balzi felini della tigre (Citati, 1969)⁴

Alcuni generi letterari nati in quel contesto, come il noir e l'horror, infine, si basano in tutta evidenza sulla cupezza labirintica della città (quindi dell'elemento anti-naturale per definizione), sul suo lato imperscrutabile e allarmante, potenzialmente capace di gettare i soggetti metropolitani nello smarrimento o – e in fondo è la stessa cosa – nell'anonimato, nell'*anomia* (cfr. Durkheim, 1897).

La natura come Eden, e più in generale come Utopia, come luogo che non c'è (più), quindi, si configura da subito come *un insieme di trovate* finalizzate alla riduzione della complessità e del disordine urbano e sociale, in positivo o per contrasto; un sistema di significazione che fa da contraltare a tutte quelle

⁴ Citati P., prefazione a *Emilio Salgari. Edizione annotata – Il primo ciclo della Jungla*, vol 1, Mondadori, Milano 1969

espressioni culturali, come ad esempio il futurismo storico, che esaltano più o meno provocatoriamente il caos tipico dell'ordinamento sociale di stampo industriale. Come se, ed è proprio qui il senso di questa ipotesi, a un certo punto della vicenda culturale moderna si sentisse *il bisogno di esorcizzare la freddezza e l'impersonalità della Macchina* conferendo valori positivi – bellezza, serenità, rassicurazione, fascino, vigore – a ciò che nel mondo rimaneva di *organico*. Ciò ha prodotto progressivamente un senso ambiguo di *nostalgia* verso un insieme di elementi che in effetti non erano mai stati intesi come salvifici: un sentimento simile a quello che le interfacce digitali (cfr. cap. 3) hanno successivamente sviluppato verso i manufatti analogici. In un certo senso l'invenzione della natura come Utopia ha prodotto nell'era moderna una sorta di epocale ribaltamento culturale, dato che prima di allora a essere individuati come non-luoghi di salvezza, in chiave più o meno escatologica, erano state le varie Zion, Babele, Atlantide... paradisi per lo più *artificiali*, Città del Sole *costruite* prima di essere abitate, aventi come tratti comuni quello della localizzazione e della progettualità (e quindi in qualche

maniera della *futuribilità*), volte al raggiungimento di una socialità più avanzata.

Le due grandi cesure del Novecento (cfr. Abruzzese, Borrelli, 2000), vale a dire la bomba H e l'allunaggio, a cui vanno senz'altro sommate le due Guerre e la crisi energetica del 1973, non hanno fatto altro che proiettare questa costruzione logica sulla parete dell'epoca tardo-moderna. La grande rivoluzione culturale che accomuna questi grandiosi eventi ha come base un mutamento di prospettiva decisivo per quella che sarà la nascita di suggestioni ideologiche importanti come l'*ecologia*. Nel momento in cui si è definitivamente manifestata la consapevolezza di abitare in un mondo rapidamente annientabile con il solo ausilio della tecnica, e per giunta dominabile anche con un solo sguardo da un satellite sferico e brullo, si è cominciata ad associare a esso la funzione di *oikos*, di casa, di luogo definitivamente delimitato e adomesticato da curare e conservare. La *Terra vista dalla Luna* ha ingenerato nell'umanità un vera e propria sensazione di precarietà in associazione alla *finitezza* delle risorse a sua disposizione. In questo senso l'*oikos-logos*, il pensiero *ecologico* che ne deriva, ha

rappresentato un importante elemento di innovazione, ma senza dubbio alcune delle sue frange meno accorte hanno successivamente avuto modo di trasformare l'intuizione della *natura come casa* in un variegato insieme di costruzioni (degenerazioni?) retoriche incentrate, di nuovo, sulla *natura come Eden*, come eredità inviolabile.

La portata innovativa della cosiddetta *green economy*, definibile forse come l'ultima frontiera dell'ecologia, è rappresentata probabilmente proprio dal tentativo di ricomporre i due versanti: quello della tecnica e quello della *physis*. Nell'ottica di un "guru" come Jeremy Rifkin per esempio, quest'ultima è vista come opportunità di progresso, come insieme di energie, organiche e non, su cui *intervenire* al fine di generare processi di sviluppo sostenibili e replicabili. Non a caso il filosofo americano individua nella logica di condivisione digitale e nella tendenza conversazionale del web e dei social network un ulteriore punto di svolta su cui fondare tali pratiche. Ogni epoca, del resto, ha la sua "rivoluzione", intesa come insieme di eventi e condizioni sociali da cui nasce un corpus di teorizzazioni, rappresentazioni ed elaborazioni culturali,



Fig. 3. oikos-logos: *la natura come casa*

che generano a loro volta pattern cognitivi e comportamentali di lungo corso; se la Rivoluzione Industriale ebbe come conseguenza la creazione di una criticità basata sul conflittuale rapporto tra umano e macchinico, la rivoluzione digitale segue probabilmente la direzione opposta, portando anche i più critici ad abbandonare tale dicotomia.

È, per intenderci, lo spirito di *Avatar* di James Cameron, in cui la natura sul pianeta Pandora si fa essa stessa *cibernetica*, diviene cioè meccanismo autogeno di controllo e al contempo di trasmissione *tecnologica* del *pathos*.

La natura come Disastro

Se nella storia dei processi culturali moderni è rintracciabile una tendenza a configurare la natura come Utopia, cioè come elogio di un non-luogo sempre e comunque *migliore* rispetto al mondo plasmato dalla tecnica, allora si può affermare *anche* il contrario, e cioè che esiste una modalità di rappresentazione mediatica legata alla natura intesa come pericolo, ostilità, *Disastro*. Del resto è opportuno considerare

come acquisito l'assunto suggerito dalla Scuola di Toronto, per cui il sistema dei mezzi di comunicazione si plasma continuamente secondo i tratti caratteristici dell'humus sociale e culturale in cui è immerso. E, almeno a partire dall'avvento delle masse e dei processi industriali sopra richiamati, il carattere distintivo della società moderna è senz'altro stato legato al senso di *ansia di cambiamento* (e *da* cambiamento), all'idea di strappo, di rottura. Il Disastro (cfr. per esempio l'idea di "punto di catastrofe" evocata da Abruzzese, 1978) e l'Utopia (cfr. Bloch, 1918, 1959) sono da intendersi come le due facce di un Giano: il primo è il turbamento dettato da ciò che c'è stato e non c'è più, in riferimento al carattere collaborativo delle relazioni sociali, all'organizzazione di luoghi sostenibili e rassicuranti di una socialità *rasa al suolo* dall'ammutinamento del Selvaggio; la seconda è semplicemente ciò che (non) potrà essere, ciò che il lato inumano della tecnica ha demolito e, probabilmente, (non) potrà ricostruire.

L'architettura delle reti e la tecnologia digitale non sono che la declinazione contemporanea di tale sistema: esse polverizzano Disastro e Utopia, le ri-mediano (Bolter, Grusin, 1999) spostando l'accento dalla

consistenza del detto, del comunicato, alla *continuità* degli scambi simbolici. Il cinema classico, per esempio, tra le massime espressioni della riproducibilità tecnica, manifestava la sua grandiosità a intervalli discreti (di solito settimanali); la tv dal canto suo trasmetteva fluidamente *il* e *nel* quotidiano; il web a sua volta si insinua tra gli istanti con la leggerezza propria dei kilobytes e dei pixel, e lo fa senza soluzione di continuità. In questa fase insomma è *la rete a essere il messaggio*, il modo di *sentire il mondo* proprio della fase antropologica che viviamo, in cui le pratiche collaborative dei social media, l'interscambio peer to peer e open source di dati rappresentano l'Utopia dell'intelligenza collettiva, mentre la sensazione di inadeguatezza di fronte allo stesso magma sterminato di informazioni o agli spyware intrusivi incarnano l'idea di Disastro, per lo meno in quanto violazione della privacy, della parte di noi che non vorremmo condividere in ogni contesto.

Veniamo a contatto con la natura intesa come Disastro ogni qual volta, leggendo una news o guardando un notiziario, ci accorgiamo che dei fenomeni "naturali" che hanno prodotto tragedie, sciagure o distruzioni

vengono descritti con epiteti degni di un malvagio antieroe: è così che ci imbattiamo in "slavine killer", "tratti di costa maledetti", "malattie spietate".

Anche in questo caso siamo di fronte a delle pure rappresentazioni, e l'attribuzione di giudizi di valore e aggettivi umanizzanti ad agenti inanimati ne è la chiara testimonianza. Allo stesso modo, può senz'altro accadere di osservare, magari nello stesso spazio informativo, un "simpatico orsetto nato in cattività" (tratto utopico) e un "orso assassino" (tratto disastroso), in riferimento a due individui che formalmente appartengono alla stessa specie animale.

Ma per cercare le più alte forme di rappresentazione del "lato oscuro" della natura bisogna indagare sui grandi generi d'intrattenimento dell'industria culturale. Tra questi non si può non citare il *genere apocalittico*, che negli ultimi anni sta conoscendo un rinnovato vigore, soprattutto nella letteratura e nel cinema. Esso rappresenta una delle ultime forme di rappresentazione attraverso cui il "vecchio" cinema si esprime al meglio, senza soffrire la concorrenza spietata dei prodotti seriali televisivi e post-televisivi. Parliamo infatti di una modalità di messa in scena che per risultare credibile

ha spesso bisogno di legarsi a costi di produzione notevoli, dando vita a effetti speciali elaborati (fatta eccezione, forse, per il sotto-genere "ultimo uomo sulla Terra", che talvolta ha permesso ai produttori di generare ricavi molto consistenti di fronte a investimenti relativamente modesti, per esempio nel caso di *28 Days Later*, diretto da Danny Boyle nel 2002). Il genere apocalittico ha attraversato tutta la letteratura e il cinema della Modernità, e si possono ricordare, nel primo campo, classici come: *L'ultimo uomo* di Mary Shelley (aurorale capolavoro di fantascienza risalente al 1826), *La fine del mondo* di Camille Flammarion del 1894, il racconto intitolato *Il morbo scarlatto* di Jack London (1912), *Io sono leggenda* di Richard Matheson (1954), da cui è stato recentemente tratto il film interpretato da Will Smith, *I trasfigurati* di John Wyndham (1955), *Il pianeta delle scimmie* di Pierre Boulle (1963), che ha dato vita a varie, leggendarie pellicole, *Cronache del dopobomba* del genio Philip K. Dick (sempre del 1963), *Dune* di Frank Herbert (1965) o due successi di un altro grande scrittore come Stephen King, vale a dire *L'ombra dello scorpione* (1978) e, più recentemente, *Cell* (2006); nel

secondo campo, invece, sono senz'altro da citare *End of the World* del grande regista Abel Gance (1934), la serie di film tratti dal romanzo di Boulle, tra cui *Il pianeta delle scimmie* di Franklin J. Schaffner, risalente al 1968, *L'altra faccia del pianeta delle scimmie* di Ted Post (1970) e il remake di Tim Burton del 2001, i quattro film della saga *Terminator* (i primi due diretti da James Cameron nel 1984 e nel 1991), da cui è stata recentemente tratta la serie *The Sarah Connor Chronicles*, *L'esercito delle dodici scimmie* di Terry Gilliam (1995), *Armageddon* di Michael Bay (1998), la Trilogia *Matrix* dei fratelli Wachowski e infine, più recentemente, *The Day After Tomorrow* (2004) e *2012* (2009) di Emmerich, e il modesto *Codice: Genesi*, diretto dai fratelli Hughes nel 2010 e interpretato da Denzel Washington. A questo (inevitabilmente parziale) elenco sarebbero senz'altro da aggiungere una serie di romanzi e racconti di genere nati per esempio nella fantasiosa America antisovietica della Guerra Fredda, e tante creazioni del mondo dei comics (tra tutti il bellissimo *Eternauta* di Héctor Oesterheld e *Ken il guerriero* di Tetsuo Hara e Buronson).

Cedendo alla facile tentazione di giocare con le parole,

potremmo affermare che la *natura positiva* (leggasi: il non-artificiale giudicato positivamente) ha una *natura positiva* (cioè un'origine razionale, positivistica) che in alcune fasi della modernità e della contemporaneità cede il passo a una visione più problematica del mondo, a una suggestione nichilista generata da un *sentire* sfaccettato e composito, più che da un *pensare* progettuale, dando luogo a elaborazioni apocalittiche. La natura come Disastro è la giungla vietnamita del reducismo americano, è King Kong che scardina l'architettura e l'estetica della città, è il Mostro di Loch Ness, *Lo squalo* di Steven Spielberg, il Mollusco Gigante dei pulp magazines, l'extraterrestre di Orson Welles che "atterra" in diretta in *War of the Worlds* e crea scompiglio tra i radiospettatori. È il mito del controllo che vacilla, l'urgenza ineludibile del *mostrare* (il pericolo) che prevale sul tratto ordinativo del *raccontare*, come se tutto ciò che abbiamo pazientemente mappato attraverso la scrittura dei confini, varcando la soglia che dallo stadio della Terra conduce allo stato del Territorio (Lévy, op. cit.), *sconfinasse* nuovamente, diventasse ancora una volta promiscuo, mettendoci di fronte alle conseguenze degli



Fig

. 2. La natura come Disastro/1



GREENPEACE
Fig. 3. La natura come disastro/2

atti nefasti che abbiamo commesso oltraggiando, attraverso gli strumenti della tecnologia, la verginità degli spazi e l'incolumità dei nostri simili.

A questo scopo la cultura decadente di élite usò lo strumento delle interferenze: l'orrore della metropoli scompare e prende forma nel paesaggio naturale, punto di incrocio di diversi campi simbolici ove nascono i "mostri". Oppure – ancora Poe – nei viaggi che, da avventure di conquista nei territori noti del mondo civile, divengono evasioni fuori dello spazio e del tempo.

La paura di non potere più superare la barriera delle comunicazioni di massa, di non potere, cioè, trovare adeguati significanti alla imperturbabile fissità dei significati "ideali" [...], questa paura, insomma, di non "riuscire a dire", non portò soltanto a usare temi fantastici, come codici ancora produttivi di realtà, ma portò anche alla sofisticazione dell'io narratore, del "punto di vista" della scrittura, del rapporto autore-personaggio (Abruzzese, 1978: 38).

Natura e controllo

Dunque la natura composita della natura (e perciò della conoscenza), che ha portato a intendere la *physis* e il corpo sociale talvolta come entità rovinose, in altri casi invece come metafore di un equilibrio addirittura non-perfettibile, non può essere vista semplicemente in

termini dicotomici. Per averne un'idea più precisa, invece che a una rappresentazione nettamente dualistica converrebbe pensare a un asse ideale continuo, alle cui estremità si posizionano i due concetti di *ordine* e *disordine* (grandi, effettive ossessioni dello scienziato moderno).

Da questo punto di vista la natura è divenuta al contempo *oggetto* e *mezzo*, *su cui* e *attraverso cui* tentare di esercitare il *controllo*, in vari modi e forme: sui concetti medesimi e sui saperi, sulle risorse, sulle vite, sulle culture, sulle identità di genere, sui corpi, sugli immaginari. Ambiti che prima o poi sono diventati veri e propri terreni di battaglia sopra cui sono andate a costituirsi, svilupparsi o contraddirsi nel corso del tempo tutte le *soggettività* e le *oggettività* di cui siamo a conoscenza.

Non a caso, rispetto a grandi tematiche come l'aborto, la modificazione genetica degli organismi o l'eutanasia vengono spesso utilizzate da più parti locuzioni quali «è naturale» o, specularmente, «è contro-natura», espressioni talvolta impiegate anche per motivare la propria posizione sull'omosessualità, per esempio, o sulle soggettività trans-gender, con l'obiettivo retorico



Fig. 5. La natura è divenuta al contempo oggetto e mezzo, su cui e attraverso cui tentare di esercitare il controllo, in vari modi e forme: sui concetti medesimi e sui saperi, sulle risorse, sulle vite, sulle culture, sulle identità di genere, sui corpi, sugli immaginari.

di conferire una obiettività "indiscutibile" a osservazioni di tipo soggettivo, o comunque caratterizzate da attributi valoriali propugnati da gruppi o comunità specifici. È evidente che le tendenze "contro-natura" sono tali per i consorzi sociali i cui soggetti hanno negoziato *quella* idea di natura, mentre le devianze di fronte alla norma sono ammissibili fino a che non superano il grado di difformità tollerabile dal gruppo medesimo. Ne deriva, ovviamente, che muovendoci lungo diverse coordinate spaziali e temporali vediamo mutare l'idea di "naturale" (quindi di "innaturale", o "contro-naturale"), così come cambia dinamicamente – in riferimento all'asse ordine/disordine sopra menzionato – il valore attribuito ai fenomeni. Storicamente, per esempio, il contesto metropolitano ha avuto una maggiore tolleranza verso elementi che in ambienti sociali di tipo rurale o provinciale venivano percepiti come tendenti al disordine; d'altro canto è vero che la stratificazione esasperata delle grandi realtà urbane in molti casi ha reso difficile la coesistenza pacifica dei vari gruppi sociali che le componevano, specie nei contesti spiccatamente multietnici (Hargreaves, 1995; Dal Lago, 1999; Cesareo, 2000).

È proprio nell'incontrollabile, triviale, disordinato contesto urbano che si incontrano d'altra parte le figure archetipiche dell'epoca moderna, trasfigurate nel contemporaneo sui media digitali e sui vari snodi della Rete. All'elaborazione di tali figure si è arrivati attraverso una complessa dinamica di esibizione e costruzione di corpi idealizzati attraverso artifici culturali di tipo retorico, estetico e tecnologico.

Imperialismo e colonialismo costituirono le basi storico-culturali per forgiare il meccanismo dello *stereotipo* (cfr. Fanon, 1952; Kilani, 1994; Said, op. cit; De Certeau, 1980; Hall, 2006a). Le grandi realtà politiche d'Occidente, mentre al loro interno stabilivano e codificavano i parametri della negoziazione sociale attraverso i meccanismi della legislazione, della razionalizzazione concernente la trasmissione dei saperi, dell'esercizio punitivo, e soprattutto tramite l'istituzione di luoghi deputati al controllo, alla *sanitizzazione* e alla disinfezione organica e mentale del corpo sociale (Foucault, 1972), verso i nativi delle terre straniere adottavano una strategia non dissimile. In quest'ultimo caso, oltre che alle esigenze di normalizzazione e regolarizzazione riscontrate

nell'ambito del contesto sociale domestico, i rappresentanti del potere moderno hanno dovuto però rispondere a un sentimento di ambiguità ulteriore, costituito dalla difformità (non di rado etichettata come *deformità*) dei corpi *altrui*. Così, proprio per *addomesticare* tale ambiguità le culture dominanti hanno costantemente fatto ricorso a vari dispositivi retorici con l'obiettivo di semplificare e rendere intelligibile la diversità.

Da un lato esse hanno plasmato l'estetica della *mostrazione*, dell'esposizione pubblica del *monstrum* per ribadire, mentre si sottolineava la spettacolarità festosa e al contempo mostruosa del freak, del circo, del *fenomeno inconsueto* ridotto a *fenomeno da baraccone*, quanto fosse rassicurante la *conformità* a un contesto già codificato. Anche in questo caso, si tratta di un impulso pienamente afferente all'impianto estetico cattolico – da cui successivamente si sarebbe slegata la componente più iconoclasta della matrice culturale protestante, tendenzialmente più individualista e meno propensa all'ostentazione del *corpus* e del *signum* (cfr. Weber, 1904-1905) –, confluito in seguito nel grande, confusionario processo

di costituzione dell'industria culturale.

Dall'altro lato, al fine di alimentare il processo di familiarizzazione con l'estraneo, le componenti sociali più cosmopolite hanno voluto rendere granitica (*stereòs*, solido) la costruzione idealtipica del soggetto-*altro*, attraverso il depotenziamento o l'annientamento dei suoi tratti *strani*, stranieri, quindi ipoteticamente minacciosi. Si rientra, in questo caso, all'interno della dinamica relazionale associata al racconto, e alla insostituibile funzione ordinativa che esso detiene nel contesto comunitario. Con la *stereotipia* l'Occidente mostra l'altro lato della xenofobia: una xenofilia di superficie, aneddotica, depurata dagli elementi contraddittori che caratterizzano ogni tipo di convivenza sociale. È il primo passo verso la *naturalizzazione* dell'altro, cioè verso la sua conversione in oggetto compatibile con un'idea di natura pre-negoziata: la propria. È per questo motivo che lo stereotipo è fatto della stessa sostanza del luogo comune: nasce per soddisfare un bisogno di relazione immediata, per dare vita al grado zero dell'interazione, a uno scambio eminentemente conversazionale e semplificato.

3. Il sé tecnologico: le interfacce tra libertà e paura

È vero che il software non potrebbe esercitare i poteri della sua leggerezza se non mediante la pesantezza del hardware; ma è il software che comanda, che agisce sul mondo esterno e sulle macchine, le quali esistono solo in funzione del software, si evolvono in modo d'elaborare programmi sempre più complessi. La seconda rivoluzione industriale non si presenta come la prima con immagini schiaccianti quali presse di laminati o colate d'acciaio, ma come i bits d'un flusso d'informazione che corre sui circuiti sotto forma d'impulsi elettronici. Le macchine di ferro ci sono sempre, ma obbediscono ai bits senza peso (Calvino, 1988:9).

Il medium come mediazione tra soggettività e tecnica

Il rapporto problematico tra individuo moderno e Macchina – che senz'altro è più utile vedere come uno dei capitoli della vicenda più ampia riguardante il legame indissolubile tra genere umano e tecnica – ha contrassegnato la storia degli ultimi secoli, generando confronti talvolta aspri tra intellettuali e personalità di varia estrazione. A ben guardare si tratta di una “vecchia” questione, che affonda le sue radici nell'epoca della Rivoluzione Scientifica, quando gli esponenti del

potere temporale si chiedevano se l'Uomo fosse ancora al centro delle sue stesse attenzioni, oppure se l'Umanità si fosse sacrificata, abdicando al suo primato esistenziale a favore dello sviluppo.

In realtà, posta in questi termini la questione non appare molto allineata alle caratteristiche del tempo in cui siamo immersi: l'Umanesimo, specie nei suoi connotati crepuscolari novecenteschi, è stato spesso accompagnato da una visione "apocalittica" del mondo (secondo la famosa definizione coniata da Umberto Eco nel 1964), e dopo aver giocato un importante ruolo nella storia moderna, ha esaurito la sua funzione propulsiva sospendendo il proprio contributo alla conoscenza e legandosi a una dimensione retorica di retroguardia rispetto all'interpretazione degli accadimenti.

Sicuramente, almeno sotto l'aspetto ideologico, lo sgretolamento del paradigma umanista non è stato indolore, e ha trascinato con sé un sistema valoriale a cui si erano legati anche brillanti pensatori e rispettabili scuole di pensiero (prima tra tutte quella hegel-marxista, che aveva associato il suo nome a una teleologia laica rivelatasi inadeguata a sostenere il

confronto con la storia, che col tempo si è dimostrata poco incline ai finalismi, di qualsiasi estrazione essi fossero). Per quanto riguarda il panorama italiano, ad esempio, il ruolo di ultimo, importante intellettuale umanista è probabilmente da assegnare a Pier Paolo Pasolini: tra i primi a intuire l'importanza sociale del consumo di massa nella nostra cultura, muovendosi peraltro nel solco degli studi inaugurati da Antonio Gramsci (1948), e tra gli ultimi ad attribuire a esso una funzione indubitabilmente deprecabile. Nel 1975 la personalità che più di ogni altra aveva contribuito a mettere a nudo le ottusità burocratiche e moralistiche del marxismo "ufficiale" si spegne, annientata da quel sistema che quotidianamente aveva combattuto attraverso un'ingenuità cristallina, appellandosi – consapevolmente *fuori dal tempo* – a un universo contadino scomparso, ascrivibile a un'era antropologica definitivamente tramontata con il boom economico.

Di certo resta il fatto che la questione del rapporto tra soggettività e *techne* non merita di essere liquidata attraverso giudizi sommari, tanto più se uno stimato intellettuale come Umberto Galimberti, in un capitolo delle sue ultime opere dedicato al "mito della tecnica"

contribuisce a mantenerla attuale, esordendo così:

Siamo soliti considerare la tecnica come uno *strumento* a disposizione dell'uomo, quando invece la tecnica oggi è diventata il vero *soggetto* della storia, rispetto al quale l'uomo è ridotto a funzionario dei suoi apparati. Al loro interno, infatti, egli deve compiere quelle azioni descritte e prescritte che compongono il suo "mansionario", mentre la sua *persona* è messa tra parentesi a favore della sua *funzionalità* (2009:207)

e chiudendo con:

[...] la tecnica non è più un mezzo a disposizione dell'uomo, ma è l'ambiente, all'interno del quale anche l'uomo subisce una modificazione, per cui la tecnica può segnare quel punto assolutamente nuovo nella storia, e forse irreversibile, dove la domanda non è più: "Che cosa possiamo fare noi con la tecnica", ma "Che cosa la tecnica può fare di noi" (227).

Ponendo la questione in termini culturologici si può affermare che il considerare la tecnica un *ambiente* in cui le soggettività si muovono, vivono, evidentemente interagendo con parti di esso, è segno di una sapienza che tiene conto dell'esperienza mcluhaniana e di una

sensibilità verso le tematiche contemporanee e post-positiviste del *sentire* e della virtualizzazione dell'esperienza (Lévy, op. cit). Così, una volta esclusa l'etichetta di "francofortese" per interpretare il pensiero del filosofo italiano, è lecito chiedersi perché agli senta il bisogno di rovesciare i termini del discorso facendo perno sul verbo "fare"⁵: "cosa possiamo fare *noi* con la *tecnica*", "cosa può fare la *tecnica* con *noi*".

Il fatto è che spesso le riflessioni sul rapporto tra individualità e tecnica hanno espunto le tematiche del *desiderio* dal proprio orizzonte, trasformando l'indagine sul rapporto tra soggettività e oggetti di produzione e consumo in un esercizio di metodo che non tiene conto dell'enorme potenziale incarnato dall'immaginario collettivo (cfr. cap. 1). Ciò è stato vero, come detto, rispetto all'esperienza metropolitana nata dai grandi sommovimenti culturali dell'Otto-Novecento, ed è, se possibile, ancora più evidente nell'era del digitale e delle reti, i cui prodromi risalgono agli anni Cinquanta

⁵ Intenzionalmente egli, riprendendo la distinzione del filosofo tedesco Günther Anders, traccia una linea di demarcazione tra questo verbo e il verbo *agire*: «io agisco quando compio delle azioni in vista di uno scopo, mentre faccio quando eseguo bene il mio mansionario» (Anders, 1964: 60-63).

del secolo scorso, quando la cibernetica ha compiuto i suoi primi passi. È a questo punto che inizia a manifestarsi la riproducibilità tecno-culturale delle forme estetiche al suo stato più avanzato, in grado di implicare un'imponente moltiplicazione degli stimoli percettivi, e di esaltare l'attualità del contributo teorico di Walter Benjamin sul processo di "democratizzazione" della fruizione. Ed è qui che si fluidificano i sistemi di scambio, rappresentazione e socializzazione, con un conseguente incremento tanto delle occasioni di interazione sociale quanto dell'intensità dell'esperienza. Le manifestazioni mediatiche riescono da qui in poi a *impressionare* in modo ancora più deciso, a fissarsi, a inscrivere organicamente all'interno dei processi cognitivi dell'osservatore, lavorando su di essi e su di lui.

Ma, sempre attingendo al pensiero benjaminiano, è proprio la catalizzazione dello sguardo da parte delle cose a creare il divertimento delle soggettività, la loro deviazione dai percorsi sociali meramente riproduttivi, dalla pura dimensione del "fare". L'osservante *sedotto* (che può essere qui inteso come studioso, critico, o consumatore) attraverso i media ha la possibilità di

vedere *oltre le cose stesse*, oltre il fenomeno, perché *partecipa* emotivamente ad esse, vi *prende parte* abolendo ogni *distanza critica* (Jameson, 1984) tra sé e le epifanie che ha di fronte. In questo senso quindi, ciò che delle cose importa è sì il loro trasformarsi in qualcosa di *fatto* o di *posto* da qualcuno o qualcosa, ma soprattutto conta il loro *stare sempre in rappresentanza* di *altro*, il loro essere una parte del Tutto, della *tecnica-come-ambiente* indicata da Galimberti.

Non solo. I media, oltre a parlare del sensibile, oltre a lasciare intendere sia ciò che rappresentano, sia l'invisibile che è e che *potrebbe esser-ci* (*Dasein*, cfr. Heidegger, 1927), parlano di se stessi e del proprio modo di mostrare. Essi *mediano* "tutto" perché sono totalizzanti, affamati di (lasciar) vedere, e lo fanno "in *ogni modo possibile*", in taluni casi persino andando *oltre* ciò che fino al momento della mediazione si considera possibile, data la loro natura tecnologica, la loro ontologia innovatrice, che li tiene costantemente *sulla soglia della possibilità*. Dunque parlare dell'*azione* del *mediare* è interessante nella misura in cui si tiene conto che l'essenziale del medium è, appunto, la sua *processualità*. Il medium, similmente all'identità, non

può essere *posto*, perché *porre* un qualcosa vuol dire isolarla, per quanto provvisoriamente e idealmente, dal flusso in cui abita, dal suo *essere dinamico* tra le cose. Il medium è inimmaginabile come soggetto od oggetto in sé, perché l'*In Sé* del medium è fuori dalla gabbia nominale "medium", e risiede invece nell'*azione* che esso compie senza soluzione di continuità: l'*essere (nel) flusso*, il *farsi sentire* (Canevacci, 2001), l'essere il Sentire, il *theaomai* (Gadamer, op. cit.).

Ma dire che i media sono il Sentire, che sono la via dello svelamento, significa che hanno intrinsecamente una natura epistemologica: i mezzi di comunicazione *tendono* a essere mezzi di *comprensione*. Essi sono la tecnica nell'atto del *mostrare*, sono *processi tecnologici* e *sociali* essenzialmente provvisori e cangianti, che detengono un legame indissolubile con il contesto sociale nel quale vivono, nel quale si scindono combattendosi, si ricompongono collaborando, si moltiplicano riproducendosi, contribuendo a costruire un universo immaginifico in cui si sciogliono *paura* e *desiderio*, o Disastro e Utopia (cfr. cap. 1). Paura verso il lato oscuro della conoscenza, della tecnica, della macchina. Desiderio di rapportarsi a essa in maniera

intima, di *somigliargli per contatto* (Didi-Huberman, 2008), di *compenetrarsi* con essa in un impeto tipico dell'estetica cyber-punk.

La macchina mascherata

L'utilizzo che facciamo dei media digitali ci porta a declinare il discorso in una prospettiva più pratica, e a ricondurre la questione nei termini iniziali in cui a confrontarsi sono, appunto, Individuo e Macchina. Attraverso gli "aggeggi", con cui viviamo a stretto contatto attivando una modalità relazionale pressoché simbiotica, compiamo quotidianamente una serie consistente di gesti che consideriamo oramai di routine, che pure hanno innegabilmente la funzione di migliorare la qualità del nostro vissuto, come utilizzare un software compilativo, ascoltare una playlist di brani musicali, scattare delle foto via smartphone e poi uploadarle sul nostro blog o sul nostro social network preferito; o anche, semplicemente, programmare la sveglia per il giorno successivo. Operazioni elementari che peraltro vengono rese possibili da un linguaggio di programmazione specificatamente codificato,

un'architettura "nascosta" frutto di una progettazione più o meno complessa da parte del produttore o della software house che ha rilasciato il sistema.

Del resto è proprio tale progettazione che ci permette di interagire con ogni tipo di device senza che ci siano richieste competenze particolari: in generale potremmo affermare che per i soggetti produttori rimane valida la massima "semplificare è più difficile di complicare", quindi in via di principio un dispositivo è tanto più user-friendly quanto più la sua architettura software riesce a "nascondere" se stessa e i meccanismi di funzionamento interni alla macchina.

Lo stesso ragionamento, è evidente, può valere per le normali automobili di vecchia generazione, per le lavatrici, per gli orologi a lancette, e per le tante apparecchiature elettromeccaniche a vocazione analogica di cui disponiamo. Nonché per l'unico dispositivo tecnologico che usiamo senza sosta, vale a dire il nostro corpo, complesso apparato di movimento e assimilazione sia fisica che immateriale, che pratichiamo attraverso i suoi sensori di natura organica. Tutti mezzi accomunati dal fatto che possono essere utilizzati in modo funzionale senza che si renda

obbligatoria un'indagine analitica della loro meccanica. Sicuramente, però, parlando di tecnologie digitali ci troviamo di fronte a un fenomeno per certi versi più affascinante, proprio perché il software ha la caratteristica peculiare dell'*intangibilità*, con l'effetto di rendere una parte degli "ingranaggi" privi della loro referenza fisica. Il codice, in altre parole, *esiste, c'è*, ma si annida *dentro* i media, *dietro* di essi, in uno spazio di retroscena indistinguibile, a metà tra il fisico e il virtuale (quello che ospita anche i microcomponenti, i chip, i circuiti). È in forma di "demone", di alleato inconsistente e discreto in assenza del quale non potremmo praticare le tipologie di comunicazione a cui siamo abituati e, in sostanza, non potremmo antropologicamente intenderci nel modo in cui lo facciamo: è l'elemento che meglio incarna l'attuale *Esprit du Temps* (Morin, 1962), simboleggiando l'onnipresenza (non) invasiva delle tecnologie contemporanee.

La funzione sostanziale del codice, dunque, è quella di rispondere a un'esigenza di intermediazione cognitiva tra noi e l'hardware, di *tradurre* l'imperscrutabile (per i più, almeno) essenza della Macchina in un quid

intelligibile, creando delle *metafore* di tipo visivo nella maggior parte dei casi, in grado di attivare nell'utente una senso di *familiarità* verso un *corpo* che altrimenti rimarrebbe *estraneo*. È in questo preciso momento, quando viene annullato il *rigetto* del mezzo, che il software compie la sua operazione di *travestimento* e diventa *interfaccia, visus, maschera* che rivela e, al contempo nasconde, il volto inespressivo della tecnologia, manifestando tutta la propria leggerezza, una leggerezza calviniana che, idealmente, *toglie peso* alla gravosità dell'esistente, in una dinamica in cui qualcosa di immateriale, di soft (-ware), allestisce, modella, trasforma qualcosa di hard (-ware).

Ciò che è *leggero*, c'è da dirlo, non è necessariamente invisibile. Lev Manovich (2001) a tale proposito rielabora sapientemente il concetto di "non-trasparenza

del codice”⁶, consapevole che ogni travestimento, ogni *transcodifica* implica delle scelte estetiche, dei valori fondanti da esibire.

L'interfaccia condiziona non solo la concezione che l'utente ha del computer, ma anche ciò che l'utente pensa dei diversi oggetti mediali accessibili grazie ad esso. L'interfaccia impone ai diversi media la propria logica dopo averli privati delle loro distinzioni originarie. Infine, organizzando i dati immagazzinati nel computer in determinati modi, l'interfaccia fornisce delle particolari “mappe del mondo” (Ib: 91).

Allora, se i valori di cui il codice-come-interfaccia si fa portatore sono quelli della familiarità, della semplificazione, della user-friendship, vuol dire che esso adotta verso l'utente lo stesso comportamento che Superman assume nei confronti del genere umano nelle sembianze di Clark Kent: *emula*⁷, e cioè dissimula la

⁶ Nel suo scritto Manovich cita come esempio la famosa “Ipotesi di Whorf-Sapir”, secondo cui gli items di un linguaggio non sono da intendere come semplici etichette da associare agli oggetti, ma detengono informazioni sul Mondo, sull'intero sistema in cui sono iscritte.

⁷ In informatica un emulatore è un'applicazione che decodifica un software o un hardware preesistente utilizzando una scrittura che risulta

propria complessità ontologica, si traveste in qualcosa di non oscuro, *nasconde* la sua essenza oltre-umana, dove la oltre-umanità in questo caso consiste nella *macchinosità* (vale a dire *complessità*, ma anche, letteralmente *natura macchinica*) del computer.

A partire dal successo inarrestabile della GUI (Graphical User Interface), adottata nella prima metà degli anni Ottanta da Xerox e da Apple, i monitor ad esempio divengono una *scrivania*, un piano di lavoro su cui possiamo spostare secondo le nostre esigenze *cartelle* di *documenti* vari e *fogli* di calcolo tramite il puntatore del *mouse*. Allo stesso modo il carico di energia residua di un pc tuttora viene spesso simboleggiato da una *batteria* stilizzata, mentre l'orologio interno regolato dal BIOS del nostro computer può essere visualizzato come un *quadrante a lancette*, e si finisce ancora più indietro nel tempo se, aspettando il caricamento o il rendering di un file "pesante", si visualizza una clessidra sorniona

comprensibile solo al sistema emulato, quindi non a quello emulante né, tendenzialmente, all'utente. Per questo motivo esso si differenzia per esempio dal *simulatore*, in cui il codice sorgente è riscritto in tutto o in parte. In altri termini l'emulatore mettendo in atto la propria transcodifica *finge*, per così dire, una traduzione, mascherandosi da sistema meno intelligente o meno evoluto.

che ci suggerisce di attendere qualche minuto. Similmente, i client di posta elettronica raffigurano spesso nella loro toolbar delle *buste da lettera* aperte che simboleggiano dei messaggi in arrivo. Messaggi che se fossero stati realmente spediti in forma cartacea avrebbero impiegato giorni, se non settimane, a raggiungere il nostro civico. Infine, per le interazioni di tipo testuale con i devices provvisti di touch screen non riusciamo a separarci dalla logica delle tastiere QWERTY (che prendono il nome dai primi sei caratteri stampati sui tasti del piano di scrittura): le stesse che troviamo fisicamente impiantate sul nostro laptop e che in altre "ere geologiche" venivano montate sulle macchine per scrivere meccaniche. Metafore appunto, emulazioni di oggetti semplici, familiari, rassicuranti nella loro inoffensiva *mise* che richiama una quotidianità desueta, persino anti-tecnologica.

La tendenza è la stessa anche in vari ambiti professionali, poiché di fronte a target di consumatori considerati più competenti rispetto ai client privati sull'utilizzo di linguaggi digitali, e dunque teoricamente meno bisognosi di "rassicurazioni", le compagnie produttrici di software propongono ambienti virtuali

pieni di rimandi a un'oggettistica di tipo artigianale. Per questo un graphic designer, lavorando con la propria Suite Adobe si troverà di fronte a una *palette* di strumenti che prevede *pennelli*, o *matite*, o *gomme per cancellare*; dal canto suo un montatore di programmi televisivi avrà a che fare con le *forbici* e le *lenti di ingrandimento* di Avid, e un sound designer con centinaia di *strumenti musicali*, ciascuno riprodotto in una manciata di pixel.

A volte, per esempio quando sul monitor del bancomat appare un messaggio di errore, ci può capitare di avvertire fastidiosamente la straniante *nudità* del codice (quindi la sua insospettabile complessità); esperienza che compiamo, con un grado di consapevolezza appena più elevato, anche quando, per fornire istruzioni dettagliate alla nostra macchina, scegliamo di visualizzare lo *shell testuale* del nostro sistema operativo, caratterizzato solitamente da un destabilizzante sfondo nero o bluastro su cui si stagliano una miriade di caratteri bianchi e pixelati (la cosiddetta interfaccia a linee di comando). In altri casi, infine, come quando copiamo/incolliamo stringhe di XML per personalizzare un widget sul nostro blog

personale, riusciamo persino a esprimerci a stento in questa lingua inaccessibile, senza peraltro conoscerla adeguatamente. In quest'ultima situazione ci comportiamo in pratica come se, per compiere delle azioni essenziali, per esempio salutare o chiedere un indirizzo, consultassimo un frasario elementare per esprimerci in una lingua non nostra. O come se fossimo scienziati alle prese con un'esperimento di clonazione: riusciamo a trasporre da cellula a cellula (nel nostro caso da applicazione ad applicazione) i "pacchetti di informazioni" funzionali al nostro scopo, ma non sapremmo in alcun modo generare ex-novo gli stessi. Fortunatamente la user-friendship del codice si affina sempre di più, e nella stragrande maggioranza dei casi permette agli utenti di ogni livello di istruire il device che hanno di fronte senza mai uscire dal piano metaforico dell'interfaccia: basti pensare agli add-on dei browser di navigazione, ai plug-in, e a tutte quelle attività ormai racchiuse nell'alveo rassicurante della GUI, con tanto di *finestre*, *pannelli di controllo* e *desktop* pronti a facilitare la nostra esistenza, depotenziando i nefasti effetti del *digital divide*.

Tuttavia anche le modalità attraverso cui il codice si traveste e traveste la macchina stanno mutando, e lo fanno in una direzione specifica, che è quella dell'accentuazione dell'interattività tra soggetti e media, con un ulteriore abbattimento della distanza tra soggettività e tecnica, che dal piano teorico si traduce immediatamente in esperienza ergonomica di visione, di tattilità, di movimento.

L'esempio più evidente è forse rappresentato dalla diffusione massiccia della tecnologia touch-screen, che dapprima ha colonizzato i supporti di pubblica utilità, come i totem informativi, e poi ha progressivamente riguardato anche personal media come i lettori multimediali, le console di gioco, i pc e gli smartphone. Come nel caso della GUI, Apple ha impresso un'accelerazione alla diffusione di tale tecnologia varando supporti come iPod Touch, iPad e iPhone, inserendo in quest'ultimo modello anche il giroscopio NEMS (Nano Electro-Mechanical System), vale a dire il sensore di movimento universalmente conosciuto per far funzionare supporti come la Nintendo Wii, ma che un'azienda italiana è riuscita successivamente a settare persino per il pilotaggio a distanza di un piccolo drone

domestico⁸.

D'altro canto il desiderio di vivacizzare l'utilizzo delle tecnologie ludiche passa anche attraverso il tentativo di superare la visualizzazione dei dati tramite lo schermo piano e di dissolvere in tal modo i confini della visione. Proiettori di nuova generazione, allestimenti stereoscopici, schermi al plasma (prima) e LED (successivamente) hanno donato una maggiore vividezza alle immagini, un migliore contrasto e una brillantezza di colore senza precedenti. E il mito della *profondità*, segno della tendenza che abbiamo ad *abitare* il visto, continua a influenzare la vita e lo sviluppo delle interfacce visive, a partire dalle suggestioni restituiteci dai media stessi, che spesso esibiscono la loro capacità di mostrare il (proprio) futuro. È il caso, ad esempio, delle strabilianti (almeno per allora) interfacce tridimensionali che colpirono gli appassionati di science fiction quando comparve nelle sale il *Minority Report* di Steven Spielberg, in cui i protagonisti interagivano con degli items semitrasparenti al fine di archiviare e consultare

⁸ Si tratta dell'AR. Drone della Parrot, altrimenti detto *quadricottero*, controllabile attraverso un comune iPhone o iPod Touch Apple.

materiale multimediale. Una gestualità ripresa in seguito da alcuni spot televisivi e su cui ha effettivamente investito un'azienda del calibro di Samsung, la quale ha a un certo punto sperimentato una soluzione tecnica per il controllo di alcuni hardware sulla falsariga dell'"originale" cinematografico⁹. Un dispositivo che peraltro sembra superato, se non sotto l'aspetto tecnico almeno sotto quello dell'immaginario, dall'*Iron Man 2* interpretato da Robert Downey Junior e Scarlett Johansson, in cui i personaggi della Marvel interagiscono con oggetti a bassa opacità proiettati in aria senza il minimo ausilio di superfici piane.

Infine, è senz'altro da notare come si stia diffondendo tra gli utenti l'esperienza della cosiddetta realtà aumentata – tecnologia a cui qualcuno conferisce ormai lo status di medium –, il cui momento di svolta si è avuto nel 2009, non appena la General Electric lanciò una campagna di viral marketing che permetteva agli utenti di interagire con gli item virtuali in esso rappresentati. Stampando in casa su un comune foglio

⁹ Nel 2010, seguendo un principio non dissimile, la Microsoft ha commercializzato il Kinect per Xbox 360, un dispositivo con telecamera, sensore a raggi infrarossi e set di microfoni che permette all'utente di interagire con la console senza l'uso controller manuali.

di carta un tratto grafico (scaricabile dal sito web dell'azienda), e posizionandolo davanti alla propria webcam, lo spettatore aveva la possibilità di ammirare sul suo monitor delle fantasmagoriche riproduzioni in 3D di macchinari complessi (come pannelli solari e pale eoliche) che davano l'illusione di ergersi dal foglio stesso. Ben presto gli esperimenti di AR (Augmented Reality) hanno superato i confini del settore hi-tech per essere utilizzati, fino a ora sempre con finalità pubblicitarie, nei segmenti di mercato più disparati, come quello della moda, dei giocattoli e delle autovetture.

Conclusione

Se la modernità ha rappresentato l'epoca del definitivo superamento dell'umanesimo, ponendo l'accento sull'*artificio* inteso non solo come motore produttivo e collante di socializzazione, bensì come vero e proprio parametro cognitivo ed epistemologico di riferimento, ispirando tra l'altro le varie teorizzazioni sul Post-Human (cfr. ad esempio: Marchesini, 2002; Pepperell, 1995; Clarke, 2008), l'era dei digital media ha

cancellato *de facto* la storica distinzione tra apocalittici e integrati per quel che riguarda l'interpretazione della fase antropologica attuale. Questo perché, più che come un paradigma composto da variabili tra cui *scegliere*, o un ambiente in cui *fare*, il set culturale in cui siamo immersi si presenta come un Inglobante (Deleuze, 1983) in cui si trovano avvolti una miriade di soggettività e di items in continua relazione e, appunto, *integrazione* tra loro. In questo quadro i media sono protagonisti assoluti, tanto sotto l'aspetto quantitativo (per la loro incessante frantumazione/moltiplicazione in un'ottica peraltro *convergente*¹⁰), quanto sotto quello "esistenziale". La moltiplicazione esponenziale delle occasioni di socializzazione in remoto tramite le tecnologie di rete ha prodotto una medianizzazione delle individualità, se è vero che – al netto del *digital divide* – potenzialmente esse sono *always on line*, proprio mentre i "ritrovati della tecnica" assumono sempre più le sembianze di demoni amichevoli, familiari personaggi del quotidiano, user-friends in grado di attualizzare ulteriormente le intuizioni di Marshall McLuhan sui media come protesi della soggettività

10 Jenkins, op cit.; 2006b

(McLuhan, 1962; 1964). E questo anche e soprattutto proprio grazie a quelle tecniche intelligenti di mascheramento della macchina, escogitate attraverso i codici, che abitualmente chiamiamo *interfacce*. L'interfaccia è la maschera della macchina, il punto effettivo di convergenza tra l'umanità e l'oggettualità, la superficie inconsistente in cui avviene la *mediazione* tra entità sempre meno distinte e *mai* veramente *separate*. Qui, dove l'organico s'intreccia con l'inorganico, il rischio di rigetto è scongiurato dal codice stesso, che rende assimilabile se stesso e la tecnologia in cui è installato.

Le vie della rappresentazione attraverso il digitale risultano potenzialmente infinite, proprio perché infinite sarebbero le combinazioni di immagini e di segni a cui la non-spazialità dei codici software permetterebbe di dar vita. Eppure finora la strada sembra segnata, ed è quella della reiterazione simulata di una gestualità tradizionale. La scrivania, le cartelle, lo *chassi* delle vecchie radio con tanto di manopole per la modulazione del volume, i pennelli, i righelli, le tastiere e le lancette rappresentano il richiamo malinconico di un'oggettistica analogica, di un immaginario familiare. Essi sono

l'emulazione attraverso cui il device oscura qualsiasi suo residuo di *alterità*, crea un'illusione di memoria al fine di eclissare la propria *macchinosità* diventando un *medium caldo* (McLuhan, op. cit.), un *oggetto dal volto umano che* parla all'utente: «*io sono (come) te, ho i tuoi ricordi*». In questo senso la macchina compie il percorso inverso di Duchamp nel momento in cui egli, producendo alcune delle sue opere come il *Grande Vetro*, *Dati*, la *Macinatrice di cioccolato*, pratica una manualità estremizzata, e non per mettere in atto un rifiuto della tecnica, bensì per seguire un percorso esperienziale in nome di essa: egli letteralmente *si fa tecnica* seguendo un metodo improntato alla «concatenazione operativa» (Didi-Huberman, op. cit.:205-206).

È anche interessante notare come a questo punto della vicenda mediatica si sia arrivati a una pratica che individua il digitale stesso, nella fisionomia degli oggetti di modernariato, come oggetto della nostalgia. Se si usa come cornice di riferimento quella dei *nativi* e degli *immigrati digitali* (Gasser e Palfrey, 2008) è possibile delineare un passaggio generazionale che vede protagonisti coloro che potremmo chiamare gli

“immigrati di seconda generazione”, vale a dire i soggetti che negli ultimi decenni del Novecento hanno esperito le prime forme applicative dei new media (soprattutto ludiche, connesse al gaming). Per questi soggetti l'effetto-memoria dei devices contemporanei si attiva non solo in riferimento all'analogico, ma anche ad alcuni “oggetti di culto” come gli *arcade games*, media tecnicamente rudimentali, se paragonati a quelli attuali, ma già basati su una sensorialità fondata sul pixel e sul controllo remoto. Il digitale-come-passato si sostanzia così in progetti come il MAME¹¹ o nell'estetica retro di alcuni accessori, capi di vestiario e communities web che rivendicano una fisionomia identitaria etichettabile, se si vuole, come “*Eighties*”.

E così una delle caratteristiche meglio riconoscibili della cultura digitale, anche rispetto al digitale medesimo, è, sorprendentemente, la malinconia. Ci troviamo ogni istante di fronte a delle *interfacce nostalgiche*, a dei piani di rappresentazione dalla tendenza orgogliosamente citazionista, e quindi a un universo

¹¹ Il Multiple Arcade Machine Emulator è un progetto partito nel 1997 che ha l'obiettivo di riprodurre i ROM e i dati derivanti da migliaia di giochi *arcade* (quelli presenti nei nostri bar e luoghi pubblici a partire dagli anni '70) transcodificandoli a uso e consumo degli hardware contemporanei.

simbolico *morto e mai sepolto*. Nella incessante drammatizzazione culturale che l'innovazione tecnologica porta con sé, si rinnova per questo la frizione tra la *pars destruens*, oscura e regressiva, incarnata da talune maschere mediatiche, e quella *construens*, collaborativa, degli aggeggi domestici e personali che accompagnano il nostro vissuto. Come se a ogni passo verso la suggestiva integrazione tra noi e gli altri componenti dell'inglobante-tecnica dovessimo scontare un lieve, dolce rallentamento per volgere lo sguardo al passato.

4. Il sé spazio-temporale: immaginari seriali

La socializzazione seriale

Quando Johann Gutenberg mise in pratica nella sua officina la felice intuizione sulla stampa a caratteri mobili, con ogni probabilità la consapevolezza di trovarsi di fronte a una discontinuità epocale si impossessò da subito dell'élite di pensatori di allora¹². Secoli di trascrizioni manuali basate sulla perizia di abili artigiani, depositari non solo della cultura calligrafica ma, indirettamente, della cultura *tout court* (un attributo che, di riflesso, li designava come gli effettivi guardiani del potere costituito, cfr. Ong, 1982), venivano virtualmente superati. Tale consapevolezza peraltro non poteva che riguardare la portata pragmatica e funzionale dell'invenzione in oggetto, e di contro non poteva spingersi ad abbracciare pienamente le sue ricadute rivoluzionarie in termini culturali e sociali (cfr. per esempio Ragone, 1999; Steinberg, 1955). Solo progressivamente, con la preformazione e la formazione del sapere scientifico e filosofico moderno, possibili proprio grazie alla diffusione del libro, si è arrivati a comprendere in che modo una

12 Sull'argomento cfr. Innis, 1950; Eisenstein, 1979; Martin, 1988; Blasselle, 1997; Barbier, 1999; Braida, 2000

circolazione di idee più intensiva dal punto di vista temporale, ed estensiva sotto il profilo spaziale, potesse condurre a un mutamento definitivo dei paradigmi della conoscenza.

Il resto è storia – e *dispiegamento del pensiero* – “recente” e, è il caso di dirlo, indelebile. L'elaborazione di Max Weber (op. cit.) sulla privatizzazione del sapere scritto e del conseguente radicamento dell'etica protestante, *pendant* dell'affermazione dello spirito del capitalismo nella modernità, rimane ancora oggi uno dei dispositivi di interpretazione della società più brillanti in assoluto, così come il saggio di Walter Benjamin sulla riproducibilità tecnica degli artefatti comunicativi, o l'associazione del nome del tipografo tedesco a una vera e propria Galassia informazionale da parte di Marshall McLuhan.

Dunque qual è, se esiste, il nucleo irriducibile in cui possiamo inscrivere la quintessenza del cambiamento di cui la stampa si è fatta portatrice? In quale punto, effettivamente, il concetto di Modernità e quello di propagazione comunicativa a mezzo stampa si incrociano? La chiave è senza dubbio quella della standardizzazione, della *produzione in serie* di oggetti

di consumo in grado di invadere tanto la società, che da lì a poco sarebbe divenuta *di massa*, quanto la sfera identitaria dei singoli soggetti di consumo.

In senso lato il concetto di *serialità* è strettamente legato a quelli di *scambio* e di *rappresentazione*. Già a partire dagli schemi narrativi della cultura orale, e in particolare del mito, le forme di narrazione venivano organizzate modulando e connettendo in maniera metodica dei pattern di significazione tra loro assimilabili (Ong, op. cit.). A lungo andare l'idea di canonicità scaturita da tale pratica è risultata di fondamentale importanza per la costruzione di un sostrato relazionale in molti popoli. In particolare, essa ha contribuito ampiamente a edificare un sistema di condivisione valoriale basata sul senso del *sacro*, soprattutto tramite l'istituzione di teogonie e costrutti testuali escatologici che fungessero da paradigma cognitivo e comportamentale per gli aggregati umani, inoculando nella percezione comunitaria i valori della legge, della consuetudine, della *pietas*, del timore, o della morte (Detienne, 1981; Cassirer, 1923-29; Vernant, 1960; Detienne, 2005; Campbell, 2008).

D'altro canto la valenza religiosa e socializzante del

termine *serialità* è inscritta all'interno del suo stesso etimo, considerando che il termine "serie" deriva da "serere" (legare, intrecciare), ed è un verbo molto vicino a *religo*. Sotto questo aspetto il testo a sfondo mitologico o religioso (il Nuovo Testamento cristiano muove dal *Textus Receptus* lavorato da Martin Lutero) si fa portatore di due funzioni parallele e complementari, vale a dire quella di *tenere insieme* gli estratti sacri tramandati e, al contempo, *serrare* (stessa radice) i rapporti tra le componenti sociali di una data epoca, corroborando la pulsione partecipativa dei "credenti" intorno a un contenuto esemplare. In generale, dunque, le narrazioni seriali consistono di fatto in atti collettivi finalizzati a interpretare in modo creativo l'esistenza, perpetuando un portato valoriale condiviso.

Prima dell'ingresso sulla scena mediatica della riproducibilità tecnica, inoltre, lo stesso potenziale seriale veniva espresso in base a criteri di adesione-differenziazione riferiti ad archetipi ideali (e contribuiva per questo a fondare una differente accezione del rapporto tra *originale* e *copia* rispetto a quella dei nostri giorni). La capacità di riproduzione di un artefatto,

infatti, era sostanzialmente considerata una qualità dell'artigiano o dell'artista, specie se egli dimostrava di saper tradurre nel proprio contesto culturale una forma estetica appartenente a un ambito storico o sociale precedente, o in ogni caso diverso. In epoca greco-romana, in particolare, la copia adeguatamente forgiata di un'opera era ritenuta esteticamente rilevante, dato che era portatrice di un sistema di significazione e di valori socialmente preziosi. *Copiare* era insomma *interpretare, tramandare*, e non plagiare, tanto che molti manufatti che tuttora cataloghiamo come "opere d'arte classica" consistono in realtà in riproposizioni di originali ormai inghiottiti dalle vicende della storia.

Nell'Europa moderna è il Neoclassicismo che, in risposta alle tensioni artistiche di matrice barocca, contribuisce in modo deciso a delineare un'idea "ossequiosa" del passato, alla ricerca di un trascorso glorioso, specie in campo scultoreo e architettonico, che gettasse idealmente le fondamenta di una società civile consapevole delle proprie origini, di volta in volta rintracciate in omaggio ai valori illuministici – già citati (cfr. cap 2) – di enciclopedizzazione, tassonomizzazione e museificazione del mondo. Nasce un immaginario

fatto di *reperti* e di *rovine*, che – spesso involontariamente – restituisce linfa vitale alla tradizione della *reliquia*, vecchio dispositivo mutuato dal potere temporale ed ecclesiastico. Tra il Settecento e il primo Ottocento la vecchia lettura della copia in quanto *traduzione*, e cioè di testo attualizzato, sottoposto ad adeguamento perché finalizzato a incarnare lo spirito del tempo del mastro artigiano, si trasforma in copia in quanto *tradimento*, poiché non afferente ai canoni estetici che l'establishment individuava come fidiaci, e dunque come quintessenza ipostatizzata di equilibrio, pathos, solennità, sublime (Hugh, 1968; Praz, 1974). Nonostante l'equivoco formale generato dalla fedeltà a un modello sin troppo rigido di classicità, è innegabile che le poetiche neoclassiche della prima Modernità, ispirate soprattutto dalle teorizzazioni di Winckelmann e dall'estetica di Piranesi, abbiano ricoperto una funzione essenziale per le successive produzioni letterarie e figurative, contribuendo di fatto a porre le basi per la maturazione dell'industria culturale, soprattutto se si considera che di fronte alla presenza di nuove tecniche e tecnologie di produzione estetica, nell'Ottocento metropolitano come nel Novecento

cinematografico, la prima e istintiva risposta degli intellettuali ha continuato ad essere la riproposizione di contenuti ispirati al passato, come tra l'altro è ampiamente riscontrabile nelle illustrazioni di Gustave Doré (e in parte in quelle di Grandville a tema fiabesco e allegorico, più che di Daumier)¹³ o nelle pellicole a sfondo storico, da Pastrone in poi (cfr. per esempio: Frezza, 2001; Brancato, 2001 e 2003). Il Neoclassicismo, insomma, da un lato riafferma una concezione di serialità di stampo qualitativo, fondata sul rapporto dialettico tra adesione e distacco rispetto a modelli pregressi, dall'altro apre le porte a uno schema socioculturale nuovo, basato sulla possibilità di generare continuamente prodotti e merci (estetiche e non) a partire da una stessa "matrice", e nel quale il compito di incidere sul vissuto e sulle condivisioni valoriali delle comunità non spetta tanto e solo all'autorialità di chi li propone, quanto alla potenza distributiva, predittiva e interpretativa (rispetto ai gusti delle masse) dei soggetti di mercato.

Definibili come dispositivi volti allo scambio e alla

¹³ Sull'illustrazione cfr. per esempio Moles, 1970; Carreras, 1979; Brioschi, 1984; Flichy, 1980 e 1991 Colombo 1998; Mattelart, 1990; Pittèri, 2000

rappresentazione, alla comprensione collettiva del mondo, o almeno a una sua figurazione spogliata dei tratti più ambigui, le pratiche seriali sono connaturate a molte pratiche di convivenza sociale, che si sono via via tradotte in un insieme organizzato di artifici comunicativi. Innegabilmente con la modernità esse hanno iniziato a rivestire un'importanza ancor più decisiva, poiché i modelli dell'industria culturale si sono costituiti e specializzati assumendola come punto di riferimento strategico. Sotto l'aspetto dell'immaginario collettivo sia i contesti fisici (le metropoli ottonevicesime), sia le forme espressive in essi prodotte o ambientate hanno eletto la modulazione seriale a paradigma architettonico e di diffusione.

Ripercorrendo la storia della formula seriale nei mezzi di comunicazione di massa tradizionali, si vedrà come essa rappresenti sempre – in qualunque medium – tre modalità distinte relativamente alle specifiche caratteristiche, ma strettamente correlate tra loro nel risultato finale, il *prodotto culturale seriale*: 1) *serialità produttiva*: la produzione in serie presenta vantaggi economici perché elimina tempi morti, [...] contribuisce a creare l'identità del mezzo che veicola; 2) *serialità narrativa*: [...] il racconto seriale è il risultato di un processo

molto complesso e normato, ma deve dare origine a un prodotto facile, accessibile, "popolare" perché deve essere consumato dal maggior numero possibile di soggetti [...]; 3) *serialità di fruizione*: il ritmo del consumo, soprattutto di quello televisivo, è modellato sulle cadenze della produzione e della narrazione (Cardini, 2004, p.22; Bonazzi, 2001).

In fin dei conti la "socializzazione seriale" e la sua attività di mediazione tra soggettività continua, dopo la Rivoluzione Industriale, a investire la *forma* e il *contenuto* dei saperi proprio grazie al suo potenziale ordinativo ed esplicativo. Se i nemici dei consorzi umani d'ogni tempo sono l'ignoto, il disordine, la morte, il conflitto generato dal contesto oggettuale ("naturale" e non), allora è evidente come il carico di inquietudine generato dal tessuto urbano industriale debba essere metabolizzato attraverso accorgimenti atti alla semplificazione, al sollievo cognitivo, allo scioglimento delle tensioni relazionali e riproduttive. Le pratiche di produzione e consumo di forme seriali, quindi, si configurano di fatto come la risposta moderna all'esigenza di coesione, di *religione*, di coesistenza in un alveo comune di eticità, progettualità, desiderio.

Solo l'osservatore superficiale può negare che tra il mondo della tecnica e l'arcaico universo simbolico della mitologia giochino delle corrispondenze. Certo il nuovo generato dalla tecnica appare da principio solo come tale. Ma già nel primo ricordo infantile muta i suoi tratti. Ogni infanzia compie qualcosa di grande, di insostituibile per l'umanità. Ogni infanzia, nel suo interesse per i fenomeni tecnici, nella sua curiosità per ogni sorta di invenzioni e macchinari, lega le conquiste della tecnica agli antichi universi simbolici. Non c'è niente nel campo della natura che per definizione si sottragga a questo genere di legame. Solo che esso non si forma nell'aura della novità, ma in quella dell'abitudine. Nel ricordo, nell'infanzia e nel sogno (Benjamin, 1927-40:516).

L'epoca industriale è senz'altro portatrice di apparati organizzativi in grado di assicurare una diffusione della conoscenza inebriante, e di pratiche di divertimento altrettanto esaltanti, ma negli spazi più angusti del suo retroscena essa ospita un lato oscuro da sublimare fatto di alienazione, sfruttamento, disorientamento.

Se assumiamo che il meccanismo della serializzazione non è che una modulazione continuata di pattern secondo i criteri della *differenza* e della *ripetizione*, siamo portati a ragionare sulla sua essenza in maniera ancora più profonda. Cos'è in particolare la *ripetizione*?

Perché, effettivamente, riprendendo un testo e sviluppandolo lasciamo che qualcosa rimanga in esso *invariato*, anche se non riusciamo a individuare o definire con esattezza tale invariabilità? Considerando come esempio gli elementi della natura, che in via teorica dovrebbero condurci al grado zero gnoseologico (cfr. cap 2), le conformazioni ripetitive che osserviamo non presentano *mai* segni di identità, e questo è facilmente riscontrabile nelle onde del mare, nei fiocchi di neve, nelle foglie degli alberi. Platonicamente, anzi, le stesse omologie che di volta in volta isoliamo per catalogare le occorrenze oggettuali non sono altro che *idee*, paradigmi astrattivi a cui rapportiamo l'esistente per un'esigenza di tipo ordinativo (quanto, e in che senso, un delfino è "più *uguale*" a un altro mammifero piuttosto che a un pesce? O, di fronte ad azioni estreme come un genocidio, quanto il genere umano assomiglia a se stesso e quanto conserva del mondo animalesco, *inumano*?¹⁴).

La conoscenza della natura, in poche parole, non ci aiuta a definire la ripetizione e la differenza; né possono farlo, più in generale, le forme di conoscenza

14 Cfr. Foucault, op. cit.; Borges, 1952.

basate sull'approccio concettualizzante. Non può farlo l'esperimento di laboratorio, in cui da un tentativo all'altro di dimostrazione cambiano le condizioni, la materia trattata, i soggetti che valutano (anche se l'esito della dimostrazione medesima, formalmente, dovesse risultare "positivo"); non può farlo l'assetto organizzativo e coercitivo sociale, poiché nei fatti "l'*uguaglianza* di fronte alla legge" non è rispettata, attraverso meccanismi che vanno dall'infrazione all'elusione. L'unico modo per arrivare all'intuizione della *ripetizione*, insomma, è quello di astrarsi dalla percezione oggettivistica del fenomeno, la quale conduce a una spiegazione delle epifanie solo attraverso una negazione. Sotto l'aspetto eminentemente nominale, infatti, un oggetto può essere identico a un altro esclusivamente nella condizione in cui sia da esso separato: fattore niente affatto trascurabile, che in tutta evidenza comporta una *differenza* (quanto meno posizionale) tra i referenti presi in considerazione. L'unica via che conduce alla consapevolezza della ripetizione (e dunque, nel nostro caso, della serializzazione) è sensoriale, psichica, emotiva, non-concettuale. In sostanza, quando

consideriamo un oggetto o un testo serializzato dall'industria culturale veniamo cerebralmente coinvolti nella visione di un qualcosa di familiare e rassicurante, che da un lato riempie il vuoto lasciato dalla *differenza* (rispetto al resto, rispetto alle occorrenze della stessa famiglia di oggetti) e dall'altro lascia intuire una consistenza *perturbante* (Freud, 1919; Carotenuto, 2002; Salza, 2006; Lazzarin, 2008) legata a una *somiglianza* che non è adesione completa al modello. Consistenza che immediatamente viene anestetizzata attraverso lo shock percettivo (Benjamin, 1927-40) che ci affligge quando ci lasciamo sorprendere dall'oggetto in quanto merce. Cioè, appunto, in quanto prodotto ontologicamente ripetuto, replicato, reiterato, collezionato.

La ripetizione, e con essa la serialità, in questo senso non è che una manifestazione della rimozione, un escamotage che la collettività adotta per sublimare ciò che considera inaccettabile, indicibile, non ripetibile *in altri modi*, vale a dire nei modi della coscienza e dell'enunciazione di un discorso organizzato.

Io non ripeto perché rimuovo. Rimuovo perché ripeto, dimentico

perché ripeto. Rimuovo perché, innanzitutto, non posso vivere certe cose o certe esperienze se non nel modo della ripetizione. Io sono portato a rimuovere perché ciò che mi impedirebbe di viverle così: vale a dire la rappresentazione che media il vissuto rapportandolo alla forma di un oggetto identico o simile. Eros e Thanatos si distinguono in questo, che Eros deve essere ripetuto, può essere vissuto solo nella ripetizione, mentre Thanatos (come principio trascendentale) è ciò che dà la ripetizione a Eros, sottomette Eros alla ripetizione. Solo un tal punto di vista è in grado di farci progredire negli oscuri problemi dell'origine della rimozione, della sua natura, delle sue cause e dei termini esatti su cui si fonda. Infatti quando Freud, al di là della rimozione "propriamente detta" che si fonda su talune *rappresentazioni*, mostra la necessità di postulare una rimozione originaria, riguardante anzitutto talune *presentazioni* pure, o la maniera in cui le pulsioni sono necessariamente vissute, noi crediamo che egli si avvicini al massimo a una ragione positiva interna alla ripetizione, che in seguito gli sembrerà determinabile nell'istinto di morte, e che deve spiegare il blocco della rappresentazione nella rimozione propriamente detta, anziché essere da esso spiegata (Deleuze, 1968: 29).

Serialità e mass media

Nella fase aurorale della Modernità uno dei più importanti fenomeni di produzione narrativa seriale a

carattere industriale è senza dubbio rappresentato dal feuilleton, un'esperienza comunicativa che va di pari passo con l'istituzionalizzazione del quotidiano stampato, nel quale confluiscono contenuti informativi e di intrattenimento. Ed è proprio qui che secondo Edgar Morin (1957) trova effettiva conferma la tesi "religiosa" del prodotto a puntate industriale, visto che il romanzo di appendice si propone nei decenni come un mezzo di osmosi e "integrazione" tra la componente sociale borghese e quella popolare, le quali convergono su un sostrato narrativo immaginifico, rocambolesco¹⁵,

15 Il fatto che il termine "rocambolesco" venga ancora oggi utilizzato nel linguaggio comune per descrivere episodi avventurosi e incredibili la dice lunga sull'importanza del personaggio Rocambole, protagonista di alcuni romanzi ottocenteschi di Ponson du Terrail. Rocambole è di fatto l'archetipo del ladro gentiluomo, una fortunata figura rivisitata ininterrottamente nel corso dell'ultimo secolo e mezzo, in alcuni casi esplicitamente (basti pensare alle opere di Frédéric Valade), in altri in maniera meno marcata, o più inconsapevole. Lo stesso Arsenio Lupin (creato da Maurice Leblanc) e Fantômas, personaggio nato nel 1911 dalla penna di Marcel Allain e Pierre Souvestre, successivamente arrivato sul grande schermo e in televisione, devono alcuni tratti del proprio temperamento al loro illustre predecessore. Le *rocambolesche* avventure di *fantomatici*

esibito soprattutto attraverso i generi dell'avventura, del poliziesco e del fantastico.

Subito dopo l'affermazione della *penny press* gli editori della carta stampata, originariamente nata per informare il ceto mercantile, più che per intrattenerlo, iniziarono a suggerire ai propri lettori dei testi che potessero spingerli verso il *divertimento*, in un'ottica squisitamente commerciale. Una iniziativa che del resto trovava il suo fondamento nel crescente bisogno di *tempo libero* da parte dei cittadini, e cioè di una regione della loro esistenza *liberata* dal lavoro e destinata essenzialmente al consumo. Nel suo celebre scritto sulla democrazia in America Tocqueville (1835-40) elegge la circolazione della letteratura d'appendice a vero e proprio indice di modernità e intelligenza industriale, notando quanto l'Europa in questo ambito fosse ancora poco attrezzata per soddisfare i bisogni "secondari" delle proprie popolazioni. E di fatto il feuilleton è la forma espressiva che funge da "prova generale" per la produzione culturale industriale, quella in cui iniziano a essere introdotti e rodati degli

protagonisti dell'immaginario del nostro tempo traggono origine dalle vicende romanzesche in questione.

accorgimenti sistemici che nel secolo successivo rappresenteranno il corpus di regole auree alla base di ogni medium di massa. A questa importante esperienza di letteratura "bassa" il cinema deve soprattutto l'acquisizione della propria capacità di interpretare con costanza gli umori dei pubblici (a cui di volta in volta consegnerà corpi e storie allineati allo *Zeitgeist*), mentre la radio e la televisione mutueranno da essa la capacità di intervenire quotidianamente sulle trame, attraverso una scrittura fluida e parossisticamente provvisoria, revisionabile fino alla messa in onda. Si tratta insomma di una palestra produttiva che ha la caratteristica di porsi alla radice degli stessi processi di rimediazione (Bolter, Grusin, op. cit.) tanto celebrati nella contemporaneità, visto che una importante parte dei testi che oggi consideriamo *classici* della letteratura provengono da quel contesto produttivo. *I misteri di Parigi* di Eugène Sue, *La freccia nera* di Robert Louis Stevenson, *Madame Bovary* di Gustave Flaubert, *Guerra e pace* di Lev Tolstoj, *I tre moschettieri* di Alexandre Dumas, il ciclo di romanzi su *Sandokan* di Emilio Salgari sono solo alcuni tra gli esempi più noti di prodotti culturali afferenti alla pratica della messa in

forma seriale, standardizzata intorno a situazioni drammatiche (Politi, 1895) e filoni di rappresentazione successivamente fissati in generi narrativi riconoscibili e ulteriormente riproducibili. Attraverso questo tipo di formalizzazione gli autori, del resto, riuscivano a infiltrare tra le maglie dell'opinione pubblica, *attratta* e *distratta* dalle loro opere, il germe della chiacchiera, del *pour parler*, del confronto, della pubblica argomentazione (Habermas, 1960), e in ultima analisi, di quell'esercizio civico e democratico connesso alle pratiche di negoziazione che *in nuce* già prefigurava le future consapevolezze e le rivendicazioni delle masse novecentesche. Un autentico processo progressivo di *liberazione del desiderio* e di dispiegamento di una socialità moderna, aperta, in cui i contenuti delle discussioni pervadono, almeno tendenzialmente, la totalità del corpo sociale.

In un contesto siffatto trova terreno fertile un'altra delle grandi invenzioni mediatiche seriali, vale a dire il fumetto. Ciò che i giornali avevano rappresentato per la diffusione di testi tanto sofisticati quanto "leggeri" – e quindi smarcati dal soddisfacimento di bisogni meramente materiali – costituiva un precedente storico

e culturale che incoraggiava il varo di nuove forme di sperimentazione tecnologica e commerciale. Così fu per *Yellow Kid*, il prodotto che per i più rappresenta il primo esempio effettivo di testualità ascrivibile all'universo *comics*. Il fumetto, di fatto, è il medium di massa che definisce il protocollo industriale audiovisivo (cfr. Brancato, 1994), se si esclude quel fenomeno di scambio intersoggettivo di senso denominato *immaginazione narrativa* (Montani, 2000) che per certi aspetti conferiva già al romanzo la capacità di attivare nel lettore una tipologia di ricezione in cui si chiamava in causa la sua *ubiquità* "cinematografica" (Burch, 1990), vale a dire la sua compresenza tra il *qui* del contesto di lettura e l'*al di là* dell'universo diegetico (una manifestazione di coinvolgimento sensoriale ed emotivo che naturalmente troverà il suo effettivo compimento con l'avvento del cinema). Così come avverrà per il linguaggio filmico, in effetti, con la nascita e la diffusione di massa del fumetto si assiste all'esibizione di una struttura segnica che già a livello *grammaticale* denuncia la propria natura ripetitiva. Le vignette e le tavole, così come i fotogrammi, le scene e le sequenze catturate dalla macchina da presa, danno

vita a un'architettura espressiva che svela in modo chiarificatore qual è il meccanismo di tessitura dei testi seriali: una successione di frames distinti che nell'insieme esortano all'indifferenziazione visiva, fino a costituire un intreccio inestricabile di tratti, forme, figure e suggestioni "sonore" (non importa se fruibili materialmente attraverso un impianto di diffusione acustica o, come nel caso dei *balloon* e delle pellicole mute, tramite suggestioni che promanano dall'immagine medesima) che raggiungono la propria pacificazione contestualmente allo scioglimento tensivo della trama narrativa.¹⁶

Il fumetto, soprattutto nelle sue forme originarie, rappresenta virtualmente la sovrapposizione creativa tra le epifanie testuali sopra citate, cioè quelle del romanzo e del feuilleton, e i linguaggi visuali derivanti dalla tradizione iconografica ottocentesca, fatta di illustrazioni, cartelloni e contesti espositivi allestiti per l'esibizione della merce. Se, come detto, è la città stessa a configurarsi come l'ambiente per antonomasia

¹⁶ Per un approfondimento degli argomenti legati all'origine, allo sviluppo e alle implicazioni sociologiche del medium si rimanda a Barbieri, 2005; Brancato, 2008; Frezza, 2008; Antonini, 2008; Raffaelli, 2009.

in cui si sostanzia il *modus construendi* seriale, a partire dagli accorgimenti e dai disimpegni architettonici (per esempio quelli assimilabili allo stile *liberty*) e dalla proliferazione costante di artefatti che, originariamente nati per *informare* i pubblici interessati alla commercializzazione delle merci, ben presto diventano oggetti *performativi*, artistici, su cui i *citoyens-flaneur* posano distrattamente il loro sguardo, allora è impossibile non riscontrare uno stretto rapporto di continuità tra la convivenza spettacolare metropolitana e i linguaggi che da essa trarranno linfa vitale (cfr. Abruzzese, Buovolo, Pisanti, Masi, 1981; Colombo, 1998; Pitteri, Papakristo, 2003; Pitteri, 2006).

Lo stesso si può dire a proposito della radio. A partire dalla seconda metà degli anni Venti in America, prima con la NBC e subito dopo con la CBS, il mezzo radiofonico si afferma come apparato di comunicazione assai vicino ai ritmi quotidiani, esibendo una particolare capacità di aderire agli stili di vita di milioni di consumatori che in quella fase versavano in condizioni economiche problematiche¹⁷. L'apparecchio radiofonico

¹⁷ Sull'affermazione e lo sviluppo dei linguaggi radiofonici in questo contesto cfr. Cantor, Pengree (1983), Traynor Williams (1992), Cardini

è alla portata di molti e permette alle masse di fare una nuova esperienza culturale: quella di ospitare in casa propria la tentazione del consumo, il sogno di sentirsi parte integrante di un pubblico che, oltre a informarsi sugli eventi del mondo, ascolta storie e sente su di sé (a volte semplicemente sublimandola, date le ristrettezze) la pulsione collettiva all'acquisto. In un contesto in cui il cinema, così come l'editoria su carta, entrano in crisi, prima della spettacolare ripresa degli anni Trenta, tanto il corpo spettatoriale quanto gli attori economici – a colpi di investimenti pubblicitari relativamente a buon mercato – si fanno sedurre da un mezzo nuovo che in poco tempo si trasforma da esperimento a basso costo, su cui dunque vale la pena di investire, a vero interprete delle tendenze sociali del momento. In questo modo l'industria culturale forgia un nuovo target di consumo specifico, quello delle casalinghe (l'iniziativa sarà successivamente ripetuta con l'*invenzione* dei giovani a partire dal secondo dopoguerra, cfr. Savage, 2007) aprendo un canale preferenziale con le donne, e invogliando *investors* d'eccezione, su tutti Procter & Gamble, a coniare un

(2004).

linguaggio pubblicitario inedito, basato sull'intersezione sapiente tra il complesso valoriale delle storie narrate e quello di vari brand del segmento afferente ai consumi domestici. È così che nasce uno dei prodotti seriali più efficaci e longevi (in tutti i sensi) della storia moderna: la *soap opera*, che evidentemente prende il nome dal settore merceologico a essa più caro. Ed è qui che torna utile la grande esperienza del romanzo a puntate a cui si accennava, e la cui modalità di messa in forma, tradotta in scrittura sistematizzata secondo criteri pienamente industriali, ispira un nuovo paradigma di dispiegamento dell'immaginario, quello della *lunga serialità*, il cui prodotto più emblematico rimane ancora oggi *Guiding Light (Sentieri)*, una serie capace di sopravvivere alla successiva flessione del racconto radiofonico e di colonizzare il medium in cui la forma seriale vive la sua piena maturità, vale a dire la televisione.

E in effetti la serialità culturale, pur muovendo dai linguaggi e dalle fisionomie testuali appena citati, instaura con il tubo catodico un rapporto incontestabilmente privilegiato, proprio perché in esso ritrova le sua cifra istitutiva, quella di collante primario

della socializzazione. La tv, con la sua peculiare tendenza a intrufolarsi nei salotti della famiglia borghese, da un lato inizia quell'attività di frantumazione delle masse che i media ultimeranno con l'affermazione delle pratiche e delle coscienze digitali, dall'altro riempie questo gap favorendo una tipologia di negoziazione discorsiva basata sulla desacralizzazione dei messaggi e sul commento confidenziale del visto, in un'ottica di rimessa in circolo informale dei contenuti recepiti. Con essa le trame testuali si spingono oltre la visualizzazione da schermo e pervadono il nucleo familiare più di quanto non facesse il contenuto editoriale cartaceo.

la televisione, in quanto spazio mediatico, compie un salto di qualità rispetto ai media che l'hanno preceduta: l'immaginario che in essa circola smette di accompagnare semplicemente la vita dell'uomo, non può più essere ricondotto a una parallela dimensione "altra", seppure influente come strumento di lettura e conoscenza del mondo, ma penetra nelle pieghe delle interrelazioni sociali, le modella nella misura in cui assume un contenuto di concretezza che prima non poteva assolvere; è in questo senso che si può parlare di un "immaginario reale", di una sua funzione veritativa (Papetti, 2009:19).

Nel flusso continuo del broadcast gli spettatori assumono insomma un protagonismo rinnovato, riprendendo e riqualificando su basi ancora più intime i temi e i filoni narrativi dell'industria culturale delle prime fasi. Anche rispetto all'apparato cinematografico, che pure non smette di sedurre i pubblici attraverso un'esibizione di sé prettamente virata sulla spettacolarità e la suggestione, è possibile rintracciare una serie di particolarità proprie del piccolo schermo, a partire dalla complessità di processo produttivo che, se risulta meno complesso sotto l'aspetto distributivo, esprime un alto grado di difficoltà congenito dal punto di vista della scrittura vera e propria. Il *drama* non è una forma prototipica, e ha il compito di conservare nel tempo il suo tono familiare e discretamente intrusivo senza poter far leva sulla problematicità delle inquadrature e del montaggio espressa nei testi filmici: laddove il cinema enfatizza il conflitto e l'intreccio anche e soprattutto tramite la messa in scena, la fiction televisiva tende a (non) mostrare un montaggio "trasparente" (cfr. Allen, 1985) e investe prevalentemente sull'interazione paradigmatica (cfr. de

Saussure, 1916) dei personaggi, attivando le sue leve narrative a partire da sollecitazioni psichiche, cerebrali, sintomaticamente testimoniate anche dal fatto che, specie in alcuni suoi sottogeneri, in essa si riprendono prevalentemente *teste*, dando rilievo al campo/controcampo e comprimendo al massimo i totali e le inquadrature di contesto.

Anche sotto aspetto temporale, la televisione compie un percorso di emancipazione sostanziale rispetto alla radio e al cinema stesso, poiché la sua presenza diventa presto costante, un *massaggio* virtuale sui target che non conosce discontinuità, e attraverso le sue strategie di affiancamento, chiama attivamente in causa lo spettatore, lo istiga affinché egli, insieme ai suoi co-testimoni del fatto televisivo, si pronunci sui testi e intrecci le proprie vicende con quelle dei personaggi mostrati. Tale passaggio appare particolarmente evidente attraverso il *cliffhanger*, vale a dire quella sospensione segnica e temporale che si manifesta al termine di una sequenza o di una puntata di molti prodotti seriali (in special modo televisivi), quando prima di dare spazio ai messaggi promozionali o alle altre componenti del palinsesto il piccolo schermo

nel bel mezzo di un racconto decide di prolungare in maniera esasperata un'inquadratura, un primo piano, facendo in modo che la struttura diegetica collassi su se stessa a causa di una sorta di sovrabbondanza espositiva. Uno *stretching* del contenuto evidentemente fuori luogo e *fuori tempo* che, sostanziandosi, invita implicitamente il vedente a *colmare il vuoto*, a "finire la frase" da lontano (*téle*), attivando le proprie competenze di extracodifica e formulando ipotesi sul successivo sviluppo della trama. In tal senso il *cliffhanger*, inteso come *doppio rimando* (differimento spazio-temporale rispetto alla diegesi e *delega* della facoltà creativa che investe il fruitore), non è solo la prova generale del *prosuming*, ma è anzitutto la spia di una scelta precisa da parte dei media: quella di eleggere la serializzazione a modalità primaria di attivazione e sviluppo dello stesso processo di *mediazione*. Essi, dopo aver acquisito un'autonomia crescente rispetto alla soggettività moderna che li aveva "inventati", rovesciano metaforicamente i termini della relazione e si spingono ad attivare spontaneamente nuovi processi di scambio e rappresentazione.

Nell'era della televisione la serialità si rivela per l'attore sociale un dispositivo atto a definire continuamente il proprio esistere, i propri lineamenti identitari nell'agone sociale, conferendo dei connotati spiccatamente "politici" ai propri accidentati percorsi di assorbimento culturale. In considerazione delle tematiche trattate, è il caso di notare come i profili sempre meno stereotipati dei personaggi mostrati in alcuni sottogeneri sembrano voler sottolineare la progressiva problematizzazione della convivenza sociale, a partire soprattutto dalle prime rivendicazioni giovanilistiche dell'America degli anni Cinquanta, che oltre a miti come James Dean e Marlon Brando (memorabile in versione *Fronte del porto*, 1954), o alla tensione rappresentativa di un musical come *West side story* (la versione cinematografica è del 1961, ma a Broadway fu proposto per la prima volta nel '57), coniano un filone dell'immaginario in cui le dinamiche di interazione generazionale e intergenerazionale assumono un protagonismo inedito¹⁸. Le declinazione televisiva per

¹⁸ La personalità della maggior parte dei giovani statunitensi di quel periodo era in gran parte influenzata dal sistema scolastico-educativo: «Con gli studenti tra le mura scolastiche per almeno sette ore al giorno per due terzi dell'anno, I gruppetti assumevano un'importanza

antonomasia di tale fenomeno, la cui origine potrebbe essere simbolicamente rintracciata persino nel film *Duello al sole* di King Vidor (1946), in cui già la tematica del conflitto familiare e dell'incrocio etnico emergono in modo deciso, è il famoso *Happy days*, serie di undici stagioni in onda dal 1974 e ispirato al film *American Graffiti* (1973) di George Lucas. Grazie ad *Happy days* negli anni Settanta-Ottanta si richiama alla memoria un periodo essenziale per la definizione dell'America che sarebbe venuta, quello eisenhoweriano, in cui si inscena una sostanziale trasformazione dei consumi di massa (cfr. Brancato, op. cit: 46), ben rappresentata, tra l'altro, dal delizioso *Ritorno al futuro* di Robert Zemeckis, in cui uno stralunato Marty McFly (Michael J. Fox) proveniente dal 1985 sconvolge un'intera comunità esibendosi in un leggendario assolo di chitarra elettrica, che peraltro i giovani di trent'anni prima (tra cui i suoi genitori)

schiacciante nella vita adolescenziale, tanto che la lealtà alla banda trionfava di solito nei “conflitti tra gruppo e famiglia, tra gruppo e scuola o tra gruppo e quartiere”. Era un mondo di uguali chiuso in se stesso che aveva il potere di fare o disfare una reputazione e di governare quasi tutti gli aspetti della vita del ragazzo: amici, gergo, vestiti, attività del tempo libero» (Savage, 2007:385).

dimostrano di apprezzare, manifestando la propria voglia di rompere con gli schemi culturali allora vigenti.

Il conflitto e le problematiche sociali trattati dalla lunga serialità televisiva trovano certamente tra i propri generi di riferimento quello poliziesco, che se da un lato perpetua la tradizione letteraria ottocentesca, ereditata attraverso la pubblicazione delle *dime novel* e dei *pulp magazine*, dall'altro riconverte le tematiche in essa affrontate e le piega alle esigenze dei nuovi pubblici. Dapprima, soprattutto fino agli anni Sessanta, le serie americane si legavano prevalentemente ad ambientazioni western o alle prime forme di sit-com, mentre il mistero era racchiuso soprattutto nell'ambito dello spionaggio e delle saghe in cui apparivano detective-eroi dai tratti relativamente lineari, con un'idea di giustizia e di ordine ben costituita. Già in questi testi il *cosa*, vale a dire la soluzione del caso, tendeva a passare in second'ordine rispetto alla costruzione dell'intreccio e dell'arco tensivo tra i personaggi, tanto che molte volte il colpevole veniva consegnato immediatamente al pubblico, a cui produttori e sceneggiatori erano interessati a

raccontare anzitutto il *come*, attraverso una particolare attenzione al ritmo e al codice espressivo, secondo la tradizione hard-boiled (Pastore, 2002). Sin da subito, però, si affermano gli stereotipi del genere, attraverso una collezione di *topoi* che ancora oggi vediamo riprodotti nei prodotti d'Oltreoceano. Il detective giustiziere (molto più che garantista) e appartenente a una minoranza etnica, le indagini interne delle commissioni disciplinari, la messa in scena di organizzazioni come la CIA, l'FBI e la DEA, la commistione tra professione e famiglia, la figura dell'informatore e, a partire dalla fine degli anni Sessanta, il reducismo vietnamita. Il formato seriale televisivo conquistò molto presto una sua dignità e riconoscibilità, anche con il contributo di vari registi, produttori e attori provenienti dal cinema, che decidevano di cimentarsi con il nuovo codice: Alfred Hitchcock con *Alfred Hitchcock presents* è forse l'esempio più celebre, ma anche personaggi del calibro di Ginger Rogers, Robert Mitchum e il fordiano di ferro John Wayne parteciparono al processo.

È con dagli anni Settanta, però, che il poliziesco americano inizia ad assomigliare maggiormente a ciò

che ancora oggi vediamo riprodotto sui nostri canali. A irrompere sulla scena è un altro grande attore protagonista: la metropoli. Gli investigatori escono fuori dagli ambienti chiusi, mostrano spesso il distintivo, hanno il grilletto facile e si lanciano in inseguimenti e scene *action*, sul modello del poliziotto di origine italiana Frank Serpico (che, come noto, ispira un film nel 1973 diretto da Lumet). *The street of San Francisco*, *Kojak* (interpretato dal famoso, anche in Italia, Telly Savalas), *Starsky e Hutch*, *i C.H.i.P.s.*, *Hill Street Blues* (in italiano *Hill Street giorno e notte*), *Miami Vice* sono gli antenati non troppo lontani degli odierni *Law & Order*, *CSI*, *NCIS*. In alcune di questi ultimi prodotti, peraltro, oltre allo svolgimento delle indagini si tende a mostrare esplicitamente e chirurgicamente i corpi degli assassinati, trascinando fuori dall'*osceno* ciò che per molti anni era rimasto implicito, intuibile. Dagli impianti narrativi dei polizieschi anni Settanta, insomma, si sviluppano una serie di sottogeneri che ancora adesso vediamo rappresentati: quello del mistero (*X-files*, *Fringe*), quello psicologico (*Criminal minds*, *The Mentalist*, e per altri versi *Lie to me*), quello dello scrittore-poliziotto

(*Castle*, diretto erede de *La signora in giallo*). Caso a se stante, per quanto in parte ispirato alle scene *on the road* dello stesso filone, rimane *Dexter*, ormai leggendario consulente di polizia che di giorno si occupa dei composti ematici sulle scene del crimine e di notte riprende l'archetipo del giustiziere-fai-da-te (in stile *The Six Million Dollars Man*, *Robocop* o *Night Man*) che come superpotere non ha una caratteristica fisica, bensì un codice di comportamento ereditato dal padre (Henry Morgan) che gli permette di assassinare dei serial killer senza essere scoperto (cfr. Bernabei, 2011). In tal senso è inutile sottolineare quanto la figura dei serial killer risulti importante per la messa in forma di questo tipo di serialità. Esso, infatti, detiene una doppia funzione: quella di alimentare l'azione dei protagonisti e quella di modulare la narrazione giocando continuamente sull'orizzontalità e la verticalità del plot. Appare evidente, quindi, come l'indagine degli eroi/antieroi dei nostri giorni sia allineata con esigenze di visione nuove rispetto al passato. La presentazione di soggetti disadattati o squilibrati, la visualizzazione dei reperti biologici, dell'obitorio, degli elementi necroscopici, degli zombie (*The walking Dead*) così

come la ricerca di soggetti scomparsi (*Senza traccia*) assumono la funzione di una metafora in cui lo spettatore, ricercando insieme all'indagante gli elementi per ricomporre i corpi e ricostruire il caso, colleziona informazioni sulle tendenze di consumo e sulla soggettività propria e dei suoi pari di fronte allo schermo. Gli SI (i Soggetti Indagati) *siamo noi*.

Le serie dopo la serialità

Con il prorompente ingresso dei dispositivi di rete e delle tecnologie di produzione e riproduzione digitale le logiche di scambio e di rappresentazione legate al consumo in serie hanno mutato le proprie caratteristiche in maniera evidente. In particolare, a cambiare sono stati i cardini dell'immaginario spettatoriale, e soprattutto i codici espressivi utilizzati per esprimerlo e richiamarlo. Pratiche come il file sharing, il blogging e il twitting hanno reso il tono di comunicazione più affettivo, virtualizzando gli spazi di confronto sui prodotti in distribuzione, proponendo in luogo della famiglia e del gruppo amicale delle

community di individui propensi ad incrementare gli spazi para- ed extra-testuali attraverso un atteggiamento *collaborativo*, partecipativo (Jenkins, op. cit.) concretizzando la proposta di Pierre Lévy finalizzata a discernere degli spazi condivisi di consumo, secondo una logica in cui ciascun consumatore/spettatore concorre a formulare stringhe di conoscenza, senza che peraltro nessuno di essi possa più permettersi di considerarsi detentore unico del sapere.

È ovvio che i *franchisor*, cioè il i soggetti che si qualificano a vario titolo come produttori e distributori economici e culturali dei prodotti televisivi di ultima generazione, fiutata la tendenza hanno a loro volta elaborato strategie che assecondassero e valorizzassero tale modello di comunicazione, istigando i pubblici all'utilizzo pieno delle proprie competenze testuali, narrative e tecnologiche. Così si è profilato il fenomeno della Rete che meglio esprime il passaggio appena descritto, vale a dire il *fandom* (letteralmente: la crasi tra la parola "Kingdom" e "Fan", e cioè l'adesione di sostenitori a culture e community legate a un progetto mediatico in un luogo virtuale individuato), un processo

in cui i target eleggono a vero e proprio *culto* alcuni dei testi elaborati nell'ambito dell'industria culturale, spingendo per certi versi i media a riconquistare la dimensione auratica degli artefatti comunicativi già individuata da Walter Benjamin nel "lontano" 1936 (*op. cit.*). In particolare negli ultimi anni si è dimostrata determinante l'esperienza di *Lost*, serie culto americana tra le più famose, che ha saputo costruire un percorso di serializzazione virtuoso tutto basato sulla fidelizzazione dei propri affezionati, i quali hanno avuto modo di intervenire sullo sviluppo del prodotto attraverso modalità composite di supporto "extratestuali", veicolate attraverso le tecnologie di rete. Tra *spoiler* (anticipazioni rivelate sul web), commenti su forum dedicati, e addirittura il varo di una vera e propria "wikipedia" appositamente concepita (*Lostpedia*), i fan della serie creata da J. J. Abrams hanno proseguito il percorso compiuto negli ultimi decenni da testi come *Star Trek* e *Star Wars* (i capostipiti di questa tendenza), o *Twin Peaks* e *X-Files*, formati tra loro temporalmente lontani che però presentano una caratteristica comune: quella di saper convogliare in un unico punto di interesse la passione

del pubblico *mainstream* e quella degli *appassionati* di nicchia, i quali si propongono come promotori e sviluppatori di un sistema valoriale associato alla loro saga preferita (cfr. Scaglioni, 2006; Bellocchio, 2009). C'è da dire che *Lost* presenta implicitamente delle caratteristiche di fondo che la rendono "culturalizzabile", proprio perché ai suoi appassionati venne subito richiesto un atteggiamento di tipo performativo – e dunque un *coinvolgimento* – del tutto particolare, finalizzato alla risoluzione di snodi logico-temporali essenzialmente criptici, stranianti, basati sull'impiego di canoni narrativi variegati e mutuati da più generi (action, fantasy, melo, catastrofico, investigativo...). Naturalmente il progressivo affinamento delle tattiche di partecipazione da parte dei pubblici, un processo peraltro ancora in atto e inscritto in una dinamica più complessiva di adeguamento e investimento identitario da parte dei consumatori che non conosce soluzione di continuità, ha radici profonde, e in generale si manifesta puntualmente in vari segmenti di mercato, nell'universo del marketing e della cultura d'impresa. La direzione sembra essere quella della sostanziale delegittimazione del concetto di diritto d'autore, almeno

per come l'abbiamo conosciuto finora. Tanto che i "profeti" che più entusiasticamente propugnano le ragioni dell'approccio *wiki*, proponendolo come nuovo modello di sviluppo e di produzione del valore *tout court*, parlano apertamente ed esplicitamente di "fine della proprietà intellettuale".

Keegan ha ragione; abbiamo bisogno di cambiare le regole del gioco in modo che le nuove forme di co-creazione e innovazione possano fiorire. Se i colossi di Hollywood riusciranno a tenere sotto chiave o loro vasti archivi di contenuti mediatici per altri 20 anni le iniziative basate sul contenuto "aperto" vivranno sicuramente una battuta d'arresto, ma quasi altrettanto sicuramente non verranno condannate a morte. [...] potremo adottare un approccio equilibrato al riconoscimento, alla promozione e alla remunerazione della produzione culturale solo se introdurremo nuovi modelli di business redditizi che siano in grado di alimentare la creazione di valore nei settori pesantemente basati sulla proprietà intellettuale, non se ci limiteremo a cambiare le leggi (Tapscott, Williams, op. cit.: 321).

Certo, l'importante funzione co-creativa svolta dai gruppi di consumo culturale non è affatto una scoperta della produzione intellettuale contemporanea, visto che già Marx nei *Grundrisse* (1858; cfr. anche Abruzzese,

1973), esplicando il suo concetto di *finish*, descriveva il processo di consumo come una componente niente affatto sconnessa da quella produttiva, e al contrario la considerava propriamente come il suo *compimento*. Negli ultimi decenni, inoltre, lo stesso De Certeau (op. cit) e molti studiosi afferenti al vasto mondo dei cultural studies¹⁹ (cfr. Grandi, 1992) si riferivano alle pratiche di significazione e risemantizzazione dei contenuti della cultura pop con la locuzione *consumo produttivo*, e dal canto suo ne *La terza ondata (The third Wave, 1980)* Toffler, sempre in riferimento a questa idea, coniò il celebre termine *prosumer*, mettendo in stretta relazione il ruolo del "producer" e quello del "consumer". Ciò a dire che sin dalla nascita della modernità, e non solo in materia di prodotti culturali, i business, conducendo ricerche di mercato e sfruttando l'intuito degli investitori, hanno recepito *serialmente* i feedback dei destinatari in modo regolare, e hanno basano conseguentemente i propri piani produttivi e di distribuzione su dati che analizzano le tendenze in atto.

¹⁹ In questo senso, più o meno esplicitamente, i vari lavori di Ang, 1985; Henderson, 2007; Hobson, 1982; Modleski, 1982 dimostrano di condividere questo impianto.

Resta il fatto che le trasformazioni delle pratiche di scambio connesse al paradigma del 2.0 sono tutt'altro che trascurabili, e rispetto alle fisionomie organizzative degli apparati culturali che distribuiscono i loro artefatti "a pacchetti" inducono alcuni studiosi a parlare di *post-serialità*.

Con ogni probabilità tale termine fu coniato nel 1984 in un saggio scritto da Alberto Abruzzese e intitolato *Ai confini della serialità*, in cui il sociologo, ben prima dell'effettivo dispiegamento dell'universo connesso ai *new media*, riassumeva in maniera sorprendentemente precoce le principali caratteristiche di un linguaggio televisivo ormai orientato ad attivare leve narrative più complesse, di tipo eminentemente sensoriale e discorsivo, lasciandosi alle spalle le tecniche di rappresentazione sequenziali proprie di un contesto mediale analogico-alfabetico. In questo caso il prefisso *post-*, così come avviene per molte altre locuzioni epistemologiche o culturali, ha la funzione di delineare un tratto di discontinuità rispetto allo stato precedente, costituendo al contempo una promessa di rielaborazione cognitiva (cfr. Hall, 1996; Bernabei, op. cit.) che forse, a distanza di qualche decennio, potrebbe

essere rinnovata alla luce delle epocali trasformazioni mediatiche a cui abbiamo assistito e tuttora assistiamo. A partire dalle sue prime declinazioni socioculturali e fino ad arrivare ai nostri giorni, la serializzazione delle forme produttive ha incarnato senza sosta una funzione insostituibile per la catalizzazione della complessità e dei lati oscuri del progresso, della negoziazione e della convivenza sociale, con il fine di veicolare le inquietudini e i desideri dei pubblici in maniera progressivamente più raffinata, sintonizzandosi costantemente con lo spirito del tempo in cui si è manifestata. Dalle pratiche culturali arcaiche alle modalità distributive proprie di un contesto sociale globalizzato e digitalizzato, essa ha contribuito senza sosta a generare percorsi di senso lungo le pieghe degli aggregati sociali, influenzando in modo decisivo le modalità dello scambio e della rappresentazione.

Riferimenti bibliografici

- Abruzzese A. (1979), *La grande scimmia. Mostri, vampiri, automi, mutanti*, Luca Sossella Editore, Roma 2007
- Abruzzese A., Borrelli D., *L'industria culturale. Tracce e immagini di un privilegio*, Carocci, Roma, 2000
- Abruzzese A., *Forme estetiche e società di massa*, Marsilio, Venezia 1973
- Abruzzese A., *L'occhio di Joker. Cinema e modernità*. Carocci, Roma 2006
- Abruzzese A., *Lo splendore della tv. Origini e destino del linguaggio televisivo*, Costa & Nolan, Genova 1995
- Accornero A., *Il lavoro come ideologia*, Il Mulino, Bologna, 1980
- Adorno, T., Horkheimer, M., (1949), *Dialektik der Aufklärung. Philosophische Fragmente*, in T. Adorno, 1970-1986, *Gesammelte Schriften*, Frankfurt a. M.; trad. it. 1997, *Dialettica dell'Illuminismo*, Torino, Einaudi.
- Althusser L. (1965), *Per Marx*, Mimesis, Milano, 2008
- Althusser L. (1978), *Marx nei suoi limiti*, Mimesis, Milano, 2004
- Anders G. (1964), *Noi figli di Eichmann*, Giuntina,

Firenze 1995

Ang I., *Watching "Dallas": Soap Opera and the Melodramatic Imagination*, Methuen, New York 1985

Appadurai A. (1996), *Modernità in polvere*, Meltemi, Roma 2001

Appadurai A. (1998-2002), *Sicuri da morire. La violenza nell'epoca della globalizzazione*, Meltemi, Roma 2005

Authier M., Lévy P. (1992), *Gli alberi di conoscenze. Educazione e gestione dinamica delle competenze*, Feltrinelli, Milano 2000

Barbier F. (1999), *Storia del libro: dall'antichità al XX secolo*, Dedalo, Bari 2004

Barile N., *Brand new world. Il consumo delle marche come forma di rappresentazione del mondo*, Lupetti, Milano 2009

Bateson G. (1972), *Verso un'ecologia della mente*, Adelphi, Milano 1977

Baudrillard J., *Il sogno della merce*, Lupetti, Milano 1987

Baudrillard, J., 1976, *L'échange symbolique et la mort*, Paris, Gallimard; trad. it. 1979, *Lo scambio*

- simbolico e la morte*, Feltrinelli, Milano 1979
- Bauman Z. (1999), *La solitudine del cittadino globale*, Feltrinelli, Milano 2000
- Bauman Z. (2001), *Globalizzazione e glocalizzazione*, Armando editore, Roma 2005
- Bauman Z., *Lavoro, consumismo e nuove povertà*, Città Aperta, Troina 2007
- Beck U. (1997), *Che cos'è la globalizzazione. Rischi e prospettive della società planetaria*, Carocci, Roma 1999
- Bellocchio V., "Il fan patologico. La possessione e il contagio nel fandom", in Link n. 8, ottobre 2009
- Benjamin W. (1927-40), *I «passages» di Parigi*, Einaudi, Torino, 2000
- Benjamin W. (1936), *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica*, Einaudi, Torino, 2000
- Benjamin W. (1938), *Tesi di filosofia della storia*, in *Angelus Novus*, Einaudi, Torino, 1995
- Benjamin W. (1977), *Infanzia berlinese intorno al Millenovecento*, Einaudi, Torino, 2007
- Bernabei V., *Cinema: evasione. Strategie di fuga nel più invasivo dei media*, Tilapia, Napoli 2007
- Bernabei V., "Comunicare l'impresa: cultura

collaborativa e 'fattore R", su "Brand Care magazine" n. 003, dicembre 2009

- Bernabei V., *La serialità nell'epoca della cultura partecipativa*, in Brancato S., *Post-serialità. Per una sociologia delle tv-series*, Liguori, Napoli 2011
- Bernabei V., *Serialità 2.0. Dinamiche di socializzazione e nuove pratiche di consumo culturale*, in Associazione Italiana di Sociologia - Giovani Sociologi 2009, Scriptaweb, Napoli 2010
- Bernardini S., *La società anziana*, Franco Angeli, Milano 1988
- Blasselle B., *Il libro dal papiro a Gutenberg*, Electa-Gallimard, Milano, 1997
- Bloch E. (1918), *Lo spirito dell'utopia*, BUR, Milano 2009
- Bloch E. (1959), *Il principio speranza*, Garzanti, 2005
- Bolk L. (1926), *Il problema dell'ominazione*, DeriveApprodi, Roma 2006
- Bolter J. D, Grusin R. (1999), *Remediation. Competizione e integrazione tra media vecchi e nuovi*, Guerini e Associati, Milano 2003
- Borges (1952), *Altre inquisizioni*, Adelphi, Milano 2000
- Boschetti C., *Risorse e strategie d'impresa*, Il Mulino,

Bologna 1999

Braida L., *Stampa e cultura in Europa*, Laterza, Bari
2000

Brancato S. (a cura di), *Post-serialità. Per una
sociologia delle tv-series*, Liguori, Napoli 2011

Brancato S., *Fumetti. Guida ai comics nel sistema dei
media*, Datanews, Roma 1994

Brancato S., *Introduzione alla sociologia del cinema*,
Sossella, Roma, 2001

Brancato S., *La città delle luci. Itinerari per una storia
sociale del cinema*, Carocci, Roma, 2003

Brancato S., *La forma fluida del mondo*, Ipermedium,
Napoli 2010

Brancato S., Pecchinenda G., "Questa è la nostra ascia,
la nostra tribù", in Brand Care magazine 006,
settembre-novembre 2010

Brancato S., *Senza fine. Immaginario e scrittura della
fiction seriale in Italia*, Liguori, Napoli 2007

Brancato S., *Sociologie dell'immaginario*, Carocci,
Roma 2000

Brioschi E. T., *Dai primordi alla pubblicità moderna*,
Vita e Pensiero, Milano 1984

Brown D. M., *Communicating Design*, New Riders,

2006

- Burch N. (1990), *Il lucernario dell'infinito*, Il Castoro, Milano, 2001
- Calvino I. (1988) *Lezioni Americane. Sei proposte per il nuovo millennio*, Garzanti, Milano 1993
- Calvino I. *Lezioni Americane. Sei proposte per il nuovo millennio*, Garzanti, Milano 1993
- Campbell J. (1949), *L'eroe dai mille volti*, Guanda, Milano 2008
- Candau J., *Memoire et identité*, 1998, trad. it., *La memoria e l'identità*, Ipermedium, Napoli, 2002.
- Canevacci M., *Antropologia della cultura visuale. Feticci, merci, pubblicità, cinema, corpi, videoscape*, Meltemi, Roma 2001
- Cantor M. G. (1983), *Soap Opera. Produzione, contenuti e pubblico di un genere televisivo*, Nuova ERI, Torino 1987
- Cantor M., Pingree S., *The Soap Opera*, Sage Publications, Beverly Hills 1983
- Cardini D., *La lunga serialità televisiva. Origini e modelli*, Carocci, Roma 2004
- Carotenuto A., *Freud il perturbante*, Bompiani, Milano 2002

- Carreras C., *Il manifesto pubblicitario*, Bari, Roma
1979
- Cassirer E. (1923-29), *Filosofia delle forme simboliche*,
Sansoni, Firenze 2004
- Castells M. (1996), *La nascita della società in rete*,
Università Bocconi Editore, Milano 2008
- Cesareo V., *Società multietniche e multiculturalismi*,
Vita e Pensiero, Milano 2000
- Citati P., *Emilio Salgari. Edizione annotata – Il primo
ciclo della Jungla, vol 1*, Mondadori, Milano 1969
- Clarke B., *Posthuman Metamorphoses. Narrative and
Systems*, Fordham University Press (USA), 2008
- Coale, A. J., Watkins S.C., *The Decline of Fertility in
Europe*, Princeton University Press, Princeton
1986
- Codeluppi V., *La vetrinizzazione sociale*, Bollati
Boringhieri, Torino 2007
- Colombo F., *La cultura sottile: media e industria
culturale in Italia dall'Ottocento agli anni Novanta*,
Bompiani, Milano 1998
- Colucci A., "Economia del cinema e forme di visibilità
nel web", su Close up n.22, novembre 2007
- Cooper A., *The Inmates Are Running the Asylum*,

Sams, 1999

Dal Lago A., *Non-persone. L'esclusione dei migranti in una società globale*, Feltrinelli, Milano 1999

De Certeau M. (1980), *L'invenzione del quotidiano*, Edizioni Lavoro, Roma, 2001

De Certeau M., *La scrittura dell'altro*, Raffaello Cortina Editore, Milano 2005

Deleuze G. (1968), *Differenza e ripetizione*, Raffaello Cortina Editore, Milano 1997

Deleuze G. (1983), *Cinema 1, L'immagine-movimento*, Ubulibri, Milano, 1984

Deleuze G., Guattari F. (1980), *Mille piani*, Castelvecchi, Roma 2010

Detienne M. (1981), *L'invenzione della mitologia*, Bollati Boringhieri, Torino 1983

Detienne M. (2005), *Noi e i greci*, Cortina Editore, Milano 2007

Diamond (1997), *Armi, acciaio e malattie. Breve storia del mondo negli ultimi tredicimila anni*, Einaudi, Torino 2006

Didi-Huberman G. (2008), *La somiglianza per contatto. Archeologia, anacronismo e modernità dell'impronta*, Bollati Boringhieri, Torino 2009

- Dobb M. (1946), *Problemi di storia del capitalismo*, Editori Riuniti, Roma 1958
- Dos Passos J. (1925), *Manhattan transfer*, Baldini Castoldi Dalai editore, Milano 2006
- Du Gay, P., a cura, 1997, *Production of Culture/Cultures of Production*, London, Sage.
- Du Gay, P., Hall, S., a cura, 1997, *Doing Cultural Studies. The Story of the Sony Walkman*, London, Sage.
- Dumas A. (1844), *I tre moschettieri*, Einaudi, Torino 2007
- Durkheim E. (1897), *Sociologia del suicidio*, Newton Compton, Roma 1974
- Eco U. (1964), *Apocalittici e integrati*, Bompiani, Milano 2001
- Eisenstein E. L. (1979), *Le rivoluzioni del libro: l'invenzione della stampa e la nascita dell'età moderna*, Il Mulino, Bologna 1995
- Fanon F. (1952), *Pelle nera, maschere bianche: il nero e l'altro*, Tropea, Milano 1996
- Fielding H. (1996), *Il diario di Bridget Jones*, Sonzogno, Milano 1998
- Fischer M. J. (1986), *Etnicità e arti postmoderne della*

- memoria*, in Clifford J., Marcus G. E. (a cura di, 1986), *Scrivere le culture*, Meltemi, Roma 1997
- Fiske, J., 1989a, *Understanding Popular Culture*, Boston, Unwin Hyman.
- Flaubert G. (1856), *Madame Bovary*, Mondadori, Milano 1997
- Flichy P. (1980), *L'industria dell'immaginario*, Eri, Torino 1983
- Flichy P. (1991), *Storia della comunicazione moderna*, Baskerville, Bologna 1994;
- Foster Wallace D. (1997), *Una cosa divertente che non farò mai più*, Minimum fax, Roma 2008
- Foucault M. (1966), *Le parole e le cose*, BUR, Milano 1998
- Foucault M. (1972), *Storia della follia nell'età classica*, BUR, Milano 1976
- Freud S. (1919), *Il Perturbante* in *Opere*, vol. 9, Boringhieri, Torino 1977
- Frezza L. (a cura di), *Fino all'ultimo film*, Editori Riuniti, Roma, 2001
- Gadamer H. G. (1998), *Elogio della teoria. Discorsi e saggi*, Guerini e associati, Milano 1999
- Galimberti U., *Psiche e techne*, Feltrinelli, Milano 1999

- Gallino L., *Globalizzazione e disuguaglianze*, Laterza, Bari-Roma 2007
- Gasser e Palfrey (2008), *Nati con la rete*, Rizzoli, Milano 2009
- Gelder, K. E., Thornton, S., 1997, *The Subcultures Reader*, London, Routledge.
- Gramsci A. (1948), *Quaderni dal carcere*, Editori Riuniti, Roma 2001
- Grandi R., *I mass media tra testo e contesto*, Lupetti, Milano, 1994
- Habermas J. (1962), *Storia e critica dell'opinione pubblica*, Laterza, Roma-Bari, 1995
- Hall S. (1996), *Quando è stato il post-coloniale? Pensando al limite*, in Chambers I., Curti L., *La Questione postcoloniale*, Liguori, Napoli 1997
- Hall S., *Il soggetto e la differenza. Per un'archeologia degli studi culturali e postcoloniali*, Meltemi, Roma 2006
- Hall S., *Politiche del quotidiano*, Il Saggiatore, Milano 2006
- Hargreaves A. G., *Multi-Ethnic France. Immigration, Politics, Culture and society*, Routledge, New York 1995

- Hegel W. F. (1807), *Fenomenologia dello spirito*,
Bompiani, Milano 1995
- Heidegger M. (1927), *Essere e tempo*, Mondadori,
Milano 2006
- Henderson L., *Social issues in television fiction*,
Edinburg University Press 2007
- Hoffman A. (1983), *Perceptions of reality*, , tr. It.
Percezioni di realtà, Stampa alternativa, Milano,
1995
- Hoggart, R., 1957, *The Uses of Literacy. Aspects of
Working Class Life with Special Reference to
Publications and Enterteinement*, London, Chatto &
Windus.
- Hugh H. (1968), *Neoclassicismo*, Einaudi, Torino 2006
- Hume D. (1739-40), *Trattato sulla natura umana*, in
Opere filosofiche, Laterza, Bari-Roma 1992
- Innis (1950), *Impero e comunicazione*, Meltemi Roma
2001
- Jameson F. (1984) *Il postmoderno, o la logica
culturale del tardo capitalismo*, Garzanti, Milano
1989
- Jenkins H. (2006a), *Cultura convergente*, Apogeo,
Milano 2007

- Jenkins H. (2006b), *Fan, blogger e videogamers*, Franco Angeli, Milano 2008
- Kant I. (1781), *Critica della ragion pura*, Laterza, Bari 2005
- Katz, E. e Lazarsfeld, P., *Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communications*, Free Press, New York 1955
- Kilani M. (1994), *L'invenzione dell'altro. Saggi sul discorso antropologico*, Dedalo, Bari 1997
- Kracauer S. (1927), *La massa come ornamento*, Prismi, Napoli, 1982
- Kracauer S. (1947), *Da Caligari a Hitler. Una storia psicologica del cinema tedesco*, Lindau, Torino, 2001
- Lamarck J. B. P. A. (1815–1822), *Histoire naturelle des animaux sans vertèbres*, Macmillan & Co, London 1914
- Lazzarin S., *Fantasma antichi e moderni. Tecnologia e perturbante in Buzzati e nella letteratura fantastica otto-novecentesca*, Fabrizio Serra editore, Pisa - Roma 2008
- Lehu J-M., *Branded Entertainment: Product Placement & Brand Strategy in the Entertainment Business*,

- Kogan Page, London 2007
- Lévy P. (1994), *L'intelligenza collettiva. Per un'antropologia del cyberspazio*, Feltrinelli, Milano, 1996
- Lévy P. (1995), *Il virtuale*, Raffaello Cortina Editore, Milano 1997
- Lotka, A.J., *Analytical theory of biological populations*, Plenum Press, New York 1998
- Lukàcs G., *Estetica*, Einaudi, Torino 1975
- Manovich L. (2001), *Il linguaggio dei nuovi media*, Olivares, Milano 2002
- Marchesini R., *Post-Human. Verso nuovi modelli di esistenza*, Bollati Boringhieri, 2002
- Martin H-J (1988), *Storia e potere della scrittura*, Laterza, Bari 1990
- Marx K. (1844), *Manoscritti economico-filosofici del 1844*, Einaudi, Torino 1980
- Marx K. (1859), *Lineamenti fondamentali della critica dell'economia politica (Grundrisse)*, La Nuova Italia, Firenze, 1997
- Mattelart, *La publicité*, La Decouverte, Paris 1990
- McLuhan M. (1962), *La galassia Gutenberg. Nascita dell'uomo tipografico*, Armando Editore, Roma

1991

McLuhan M. (1964), *Gli strumenti del comunicare*, Il Saggiatore, Milano 1999

moderna, il Mulino, Bologna 1997

Moles, *L'affiche dans la société urbaine*, Dunod, Paris 1970

Montani P., *L'immaginazione narrativa. I racconti del cinema oltre i confini dello spazio letterario*, Guerini e Associati, Milano 2000

Morin (1957), *Le star*, Olivares, Milano, 1995

Morin E. (1962), *Lo spirito del tempo*, Meltemi, Roma 2002

Morin E. (1977), *Il metodo vol.1. La natura della natura*, Raffaello Cortina Editore, Milano 2001

Mulder S., Yaar Z., *The User is Always Right*, New Riders, 2006

Negroponte N. (1995), *Essere digitali*, Mondadori, 1996

Ong W. J. (1982), *Oralità e scrittura. Le tecnologie della parola*, Il Mulino, Bologna 1986

P. Kotler, D. C. Jain, M. Suvit (2007), *Il marketing che cambia. Un nuovo approccio al profitto, alla crescita e al rinnovamento*, Il Sole 24 Ore, 2007

- Papetti E., *Ripensare la televisione*, Dispense, 2009
- Pastore R., *Sulle strade della fiction*, Lindau, Torino
2002
- Pecchinenda G., *Homunculus. Sociologia dell'identità e
auto narrazione*, Liguori, Napoli 2008
- Pepperell R. (1995), *The Post-Human Condition.
Consciousness beyond the brain*, Intellect Books,
Bristol (UK) 2003
- Perniola M., *Del sentire*, Einaudi, Torino 1991
- Peter P. J, Donnelly J. H. jr (2000), *Marketing*, McGraw-
Hill, Milano 2007
- Pittèri D., *La pubblicità in Italia. Dal dopoguerra a
oggi*, Laterza, Roma-Bari 2002
- Pittèri, *Fabbriche del desiderio*, Luca Sossella editore,
Roma 2000
- Polti G. (1895), *The 36 Dramatic Situations*, Filiquarian
Publishing, LLC, 2007
- Praz M. (1974), *Gusto neoclassico*, Rizzoli, Milano
2003
- Ragone G., *Un secolo di libri. Storia dell'editoria in
Italia dall'Unità al post-moderno*, Einaudi, Torino
1999
- Ricoeur P. (1983), *Tempo e racconto, Vol. 3*, Jaka

- Book, Milano 2008
- Ricoeur P. (1984), *Tempo e racconto, volume 2, La configurazione nel racconto di finzione*, Jaca Book, Milano 1987
- Rifkin J. (1992), *Ecocidio. Ascesa e caduta della cultura della carne*, Mondadori, Milano 2001
- Rifkin J. (1998), *Il secolo Biotech. Il commercio genetico e l'inizio di una nuova era*, Baldini&Castoldi, Milano 1998
- Rifkin J. (2000), *Entropia. Le conseguenze dei principi entropici (scarsità di risorse e riscaldamento globale)*, Baldini&Castoldi, Milano 2000
- Rifkin J. (2000), *L'era dell'accesso. La rivoluzione della new economy*, Mondadori, Milano 2000
- Rifkin J. (2002), *Economia all'idrogeno. La creazione del Worldwide Energy Web e la redistribuzione del potere sulla terra*, Mondadori, Milano 2002
- Rifkin J. (2010), *La civiltà dell'empatia. La corsa verso la coscienza globale nel mondo in crisi* Mondadori, Milano 2010
- Roberts K. *Effetto lovemarks. Vincere nella rivoluzione dei consumi*, Franco Angeli, Roma 2007
- Sacchi D., *Necessità e oggettività nell'analitica*

- kantiana. Saggio sulla Deduzione trascendentale delle categorie*, Vita e pensiero, Milano 1995
- Said E. (1978), *Orientalismo. L'immagine europea dell'Oriente*, Feltrinelli, Milano 2001
- Salza F. (a cura di), *Il perturbante della psicanalisi*, Libreria Stampatori, Torino 2006
- Sapir E. (1927), *Cultura, linguaggio, personalità*, Einaudi, Torino 1972
- Saussure F. de (1916), *Corso di linguistica generale*, Laterza, Roma-Bari 2009.
- Savage J. (2007), *L'invenzione dei giovani*, Feltrinelli, Milano 2009
- Scaglioni M., *TV di culto. La serialità televisiva americana e il suo fandom*, Vita e pensiero, Milano 2006
- Séguéla J. (1982), *Hollywood lava più bianco*, Lupetti, Milano 1984
- Semprini A., *Marche e mondi possibili*, Franco Angeli, Milano 1994
- Simmel G. (1903), *Le metropoli e la vita dello spirito*, Armando editore, Roma, 1996
- Simmel G. (1911), *La moda*, Mondadori, Milano 1996
- Steinberg S. H. (1955), *Cinque secoli di stampa*,

- Einaudi, Torino 1982
- Stevenson R. L. (1883), *La freccia nera*, Einaudi, Torino 2006
- Sue E. (1842), *I misteri di Parigi*, BUR, Milano 2007
- Tapscott D., Williams A. D. (2006), *Wikinomics 2.0. La collaborazione di massa che sta cambiando il mondo*, Rizzoli, Milano 2007
- Tocqueville A. de (1835-40), *La democrazia in America*, Einaudi, Torino 2006
- Toffler A. (1980), *La terza ondata*, Sperling & Kupfer, Milano 1987
- Tolstoj L. (1865-1869), *Guerra e pace*, Newton Compton, Roma 2010
- Touraine A., *La globalizzazione e la fine del sociale. Per comprendere il mondo contemporaneo*, Il Saggiatore, Milano 2008
- Travis D., *E-commerce Usability*, Taylor & Francis, 2003
- Traynor Williams C., *It's Time for my Story: Soap Opera Sources, Structure and Response*, Praeger, Westport 1992
- Vernant J. P. (1990), *Mito e religione in Grecia antica*, Universale Donzelli, Roma, 2003

Weber M. (1904-1905), *L'etica protestante e lo spirito del capitalismo*, BUR, Milano 1991

Williams, R., (1958), *Culture and Society 1780-1950*, London, Chatto & Windus; trad. it. 1968, *Cultura e Rivoluzione Industriale in Inghilterra 1780-1950*, Einaudi, Torino 1972