

AperTO - Archivio Istituzionale Open Access dell'Università di Torino

La semiotica può migliorare l'apprendimento supervisionato delle reti neurali? Il caso di studio del tweet di Papa Francesco

This is the author's manuscript

Original Citation:

Availability:

This version is available <http://hdl.handle.net/2318/1970250> since 2024-04-12T08:24:10Z

Publisher:

Aracne

Terms of use:

Open Access

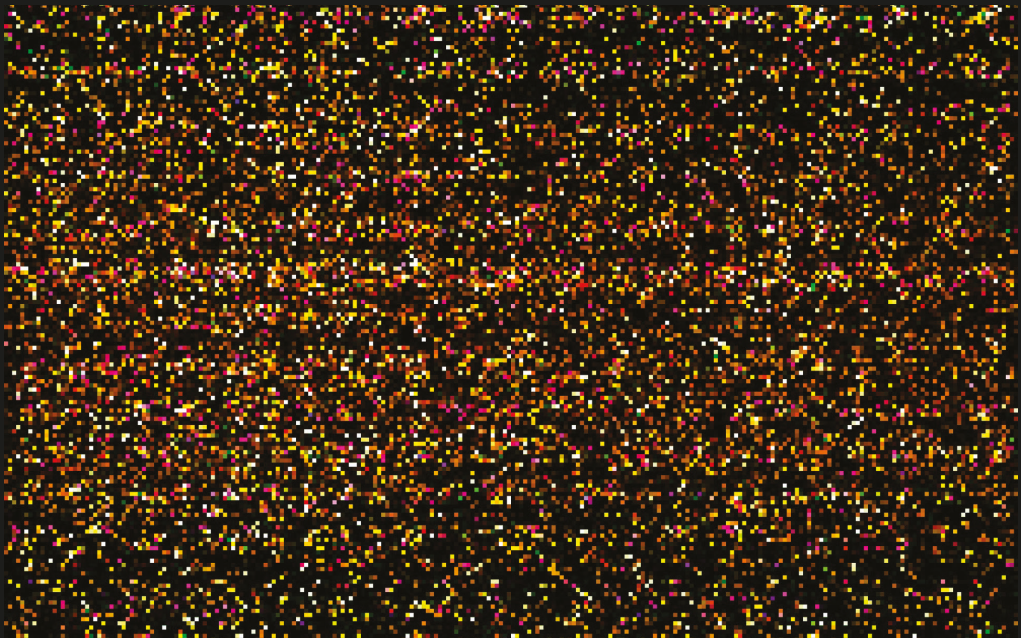
Anyone can freely access the full text of works made available as "Open Access". Works made available under a Creative Commons license can be used according to the terms and conditions of said license. Use of all other works requires consent of the right holder (author or publisher) if not exempted from copyright protection by the applicable law.

(Article begins on next page)

NUOVI MEDIA, NUOVI MITI

a cura di

JENNY PONZO, SIMONA STANO



aracne

I SAGGI DI LEXIA

49

Direttori

Ugo VOLLI

Università degli Studi di Torino

Guido FERRARO

Università degli Studi di Torino

Massimo LEONE

Università degli Studi di Torino

Aprire una collana di libri specializzata in una disciplina che si vuole scientifica, soprattutto se essa appartiene a quella zona intermedia della nostra enciclopedia dei saperi — non radicata in teoremi o esperimenti, ma neppure costruita per opinioni soggettive — che sono le scienze umane, è un gesto ambizioso. Vi potrebbe corrispondere il debito di una definizione della disciplina, del suo oggetto, dei suoi metodi. Ciò in particolar modo per una disciplina come la nostra: essa infatti, fin dal suo nome (semiotica o semiologia) è stata intesa in modi assai diversi se non contrapposti nel secolo della sua esistenza moderna: più vicina alla linguistica o alla filosofia, alla critica culturale o alle diverse scienze sociali (sociologia, antropologia, psicologia). C'è chi, come Greimas sulla traccia di Hjelmslev, ha preteso di definirne in maniera rigorosa e perfino assiomatica (interdefinita) principi e concetti, seguendo requisiti riservati normalmente solo alle discipline logico-matematiche; chi, come in fondo lo stesso Saussure, ne ha intuito la vocazione alla ricerca empirica sulle leggi di funzionamento dei diversi fenomeni di comunicazione e significazione nella vita sociale; chi, come l'ultimo Eco sulla traccia di Peirce, l'ha pensata piuttosto come una ricerca filosofica sul senso e le sue condizioni di possibilità; altri, da Barthes in poi, ne hanno valutato la possibilità di smascheramento dell'ideologia e delle strutture di potere. . . . Noi rifiutiamo un passo così ambizioso. Ci riferiremo piuttosto a un concetto espresso da Umberto Eco all'inizio del suo lavoro di ricerca: il "campo semiotico", cioè quel vastissimo ambito culturale, insieme di testi e discorsi, di attività interpretative e di pratiche codificate, di linguaggi e di generi, di fenomeni comunicativi e di effetti di senso, di tecniche espressive e inventari di contenuti, di messaggi, riscritture e deformazioni che insieme costituiscono il mondo sensato (e dunque sempre sociale anche quando è naturale) in cui viviamo, o per dirla nei termini di Lotman, la nostra semiosfera. La semiotica costituisce il tentativo paradossale (perché autoriferito) e sempre parziale, di ritrovare l'ordine (o gli ordini) che rendono leggibile, sensato, facile, quasi "naturale" per chi ci vive dentro, questo coacervo di azioni e oggetti. Di fatto, quando conversiamo, leggiamo un libro, agiamo politicamente, ci divertiamo a uno spettacolo, noi siamo perfettamente in grado non solo di decodificare quel che accade, ma anche di connetterlo a valori, significati, gusti, altre forme espressive. Insomma siamo competenti e siamo anche capaci di confrontare la nostra competenza con quella altrui, interagendo in modo opportuno. È questa competenza condivisa o confrontabile l'oggetto della semiotica.

I suoi metodi sono di fatto diversi, certamente non riducibili oggi a una sterile assiomatica, ma in parte anche sviluppati grazie ai tentativi di formalizzazione dell'École de Paris. Essi funzionano un po' secondo la metafora wittgensteiniana della cassetta degli attrezzi: è bene che ci siano cacciavite, martello, forbici ecc.: sta alla competenza pragmatica del ricercatore selezionare caso per caso lo strumento opportuno per l'operazione da compiere.

Questa collana presenterà soprattutto ricerche empiriche, analisi di casi, lascerà volentieri spazio al nuovo, sia nelle persone degli autori che degli argomenti di studio. Questo è sempre una condizione dello sviluppo scientifico, che ha come prerequisito il cambiamento e il rinnovamento. Lo è a maggior ragione per una collana legata al mondo universitario, irrigidito da troppo tempo nel nostro Paese da un blocco sostanziale che non dà luogo ai giovani di emergere e di prendere il posto che meritano.

Ugo Volli

NUOVI MEDIA, NUOVI MITI

a cura di

JENNY PONZO, SIMONA STANO

contributi di

SILVIA BARBOTTO, FEDERICO BIGGIO, VICTORIA DOS SANTOS
JOSÉ LUIS FERNÁNDEZ, FRANCESCO GALOFARO
PAOLO HERITIER, MAGDALENA MARIA KUBAS, MASSIMO LEONE
ROBERTO MASTROIANNI, GIUSEPPE MORELLO, JENNY PONZO
ANTONIO SANTANGELO, SIMONA STANO
FEDERICO VERCELLONE, UGO VOLLI



aracne



©

ISBN

979-12-218-0521-5

La pubblicazione del presente volume è stata realizzata con il contributo dell'Università degli Studi di Torino, Dipartimento di Filosofia e Scienze dell'Educazione, e dei progetti COMFECTION (MSCA-IF — GA: 795025) e NeMoSancti (ERC-StG — GA: 757314), finanziati dal programma di ricerca e innovazione dell'Unione Europea Horizon 2020.

PRIMA EDIZIONE

ROMA 10 MARZO 2023

INDICE

- 11 *Introduzione*
di Jenny Ponzo, Simona Stano
Una nuova generazione di studi sul mito, 11 – I saggi del volume, 13 –
Riferimenti bibliografici, 19.
- 21 *Nuovi media, nuovi miti?*
di Simona Stano
1. Introduzione, 21 – 2. Basi per una definizione di mito, tra “vecchi” e “nuovi” media, 22 – 2.1. *Il mito come narrazione*, 23 – 2.2. *Una narrazione “fantastica”*, 24 – 2.3. *Un racconto orale*, 28 – 3. Media e miti: riflessioni conclusive, 31 – Riferimenti bibliografici, 32.
- 37 *Dall’emblematica agli influencer? L’uso estetico–politico dell’immagine e il marketing, da Kantorowicz e Alberti alla Ferragni e Machiavelli*
di Paolo Heritier
1. Sovranità dell’artista ed emblematica: il potere identitario e normativo dell’immagine, 37 – 2. Dagli emblemi agli influencer? Il corpo e il quadro, tra Ferragni e van Gogh, 43 – 3. Il visibile e l’invisibile nella costruzione normativa/mediatica dello sguardo, 51 – Riferimenti bibliografici, 58 – Filmografia, 59.
- 61 *Determinazione e reincanto tecnologico. Il mito dell’innovazione e la trascendenza del dato*
di Federico Biggio
1. Sul carattere teologico della determinazione tecnologica, 61 – 2. Spiritualità e medialità: la trascendenza del dato, 68 – Riferimenti bibliografici, 73.

- 77 *Il mito del medico nel corso della pandemia. Un'analisi sociosemiotica dei big data ricavati da Facebook/Meta*
di Antonio Santangelo
1. Introduzione, 77 – 2. Miti contemporanei, 79 – 3. Il mito del medico moderno, 80 – 4. I quattro cluster della ricerca del 2020, 84 – 5. I quattro cluster della ricerca del 2021, 88 – 6. Alcune riflessioni metodologiche, 90 – Riferimenti bibliografici, 93.
- 95 *Piattaforme musicali. Costruzioni mitiche dell'individualità*
di José Luis Fernández
1. Introduzione: un viaggio nel “mito”, 95 – 2. Proposte di periodizzazione, 97 – 2.1. *La periodizzazione interna: le trasformazioni degli oggetti musicali e delle loro implicazioni semiotiche*, 97 – 2.2. *La periodizzazione culturale: la musica nei suoi ecosistemi*, 99 – 2.3. *La musica nei paesaggi sonori mediatici*, 101 – 3. Il complesso cammino del volto del musicista, 102 – Riferimenti bibliografici, 105.
- 107 *La radio. Innovazione dei linguaggi e mito*
di Giuseppe Morello
1. La radio inventiva: remediation, tormentoni e nuovi formati, 107 – 2. Radio e mito, 116 – Riferimenti bibliografici, 118.
- 121 *Le “Pietre d’Inciampo”. Memoria, arte, negazionismo e identità comu-
ne europea*
di Roberto Mastroianni
1. Gunter Demnig e le “Pietre d’Inciampo”, 121 – 2. Arte, spazio e memoria, 126 – 3. L’artista come eroe e mito della contemporaneità nella lotta al negazionismo, 129 – Riferimenti Bibliografici, 131.
- 133 *“Ira invecchiata” o retorica di parte? L’odio nella tradizione occidentale e
nella politica contemporanea*
di Ugo Volli
1. Premessa, 133 – 2. Definire l’odio, 134 – 3. Nietzsche e Spinoza, 141 – 4. L’odio politico, 144 – 5. Hate speech, 148 – 6. Conclusione, 155 – Riferimenti bibliografici, 156.
- 159 *La filosofia al tempo del tattoo*
di Federico Vercellone
1. Introduzione: Alle cose stesse!, 159 – 2. La nudità tra il classico e il tattoo, 161 – 3. Si ricomincia dal basso!, 168 – 4. C’è una filosofia del tatuaggio?, 170 – 5. La nudità impossibile, 173 – 6. Apologia del rammendo e della cicatrice, 178 – 7. Il vero non è l’autentico, 179 – Riferimenti bibliografici, 180.

- 183 *Atlante oggi. Mito, corpo e dati*
di Silvia Barbotto
1. Introduzione, 184 – 2. Complessità mitica e corpo, 186 – 3. Circolarità cronologica, 188 – 4. Il corpo di Atlante, un caso di parasonimia, 190 – 5. Mito, immagine e tecnologia, 193 – Riferimenti bibliografici, 196.
- 199 *L'occhio di Dio. Dall'antichità ai nuovi media*
di Massimo Leone
1. Volto e sguardo, 199 – 2. Occhi multipli e singoli, 202 – 3. Facoltà dello sguardo trascendente, 205 – 4. Tipologie semiotiche dello sguardo divino, 207 – 5. Indici del volto e indici dello sguardo, 210 – 6. Conclusioni: l'Occhio della Provvidenza da speranza a minaccia, 212 – Riferimenti bibliografici, 213.
- 215 *Tecnopaganesimo oggi. Un re-incanto nei videogiochi*
di Victoria Dos Santos
1. Introduzione, 216 – 2. Un costante re-incanto: fra paganesimo e tecnologia, 218 – 3. Tecnopaganesimo oggi: un altro sguardo ai videogiochi e alle comunità virtuali immersive, 223 – 4. Conclusioni, 230 – Riferimenti bibliografici, 231.
- 235 *La semiotica può migliorare l'apprendimento supervisionato delle reti neurali? Il caso di studio del tweet di Papa Francesco*
di Francesco Galofaro, Magdalena Maria Kubas
1. Scopo della ricerca, 236 – 2. L'approccio semiotico, 237 – 2.1. *Scienze umane e corpora: una premessa storica*, 238 – 2.2. *Tra il Cantico delle creature di San Francesco e l'enciclica Laudato si di papa Francesco*, 241 – 3. Design della ricerca, 244 – 4. Risultati, 247 – 5. Limiti e implicazioni, 248 – 6. The network within, 249 – 7. Conclusioni: l'IA come nuovo mito, 250 – Riferimenti bibliografici, 252.
- 255 *Nuovi santi, nuovi media. Le app dei santi e le loro funzioni*
di Jenny Ponzo
1. Introduzione, 256 – 2. Le app e le loro funzioni, 259 – 2.1. *Funzione fatica sociale*, 259 – 2.2. *(Ri-)costruzione della memoria culturale*, 261 – 2.3. *Funzione performativa morale*, 262 – 2.4. *Funzione fatica spirituale*, 264 – 2.5. *Funzione performativa devozionale*, 265 – 3. Conclusione, 266 – Riferimenti bibliografici, 269.

INTRODUZIONE

JENNY PONZO, SIMONA STANO, Università degli Studi di Torino

Una nuova generazione di studi sul mito

Rispetto ai primi saggi etnografici e strutturalisti⁽¹⁾, l'indagine scientifica sul mito si è ritrovata negli ultimi anni ad affrontare un importante cambio di paradigma, che riguarda sia la definizione di "mito" che gli strumenti metodologici per la raccolta e l'analisi dei testi mitici. Una nuova generazione di studi ha proposto nuove prospettive teoriche sul mito, e nuovi orizzonti di ricerca, che coinvolgono ad esempio i *testi* e le *dinamiche transtestuali* che caratterizzano i media digitali, o *nuove pratiche* tipiche della nostra cultura.

Si pensi, a titolo esemplificativo, all'ambito alimentare: dalle bacche di Goji alla quinoa, dal glutammato monosodico al glutine, dagli OGM ai prodotti dell'agricoltura biologica, ecc., sono innumerevoli gli alimenti e i "nutrienti"⁽²⁾ che, ogni giorno, vengono elogiati in post e commenti online come "elisir di lunga vita" o, al contrario, additati come "killer silenziosi". E

(1) Si pensi, solo per fare qualche esempio, ai lavori pionieristici di Claude Lévi-Strauss (1955), ma anche di Jurij Lotman e Boris Uspenskij (1975), di Algirdas Julien Greimas (1995, 2017) e di Guido Ferraro (1979).

(2) Una delle mitologie alimentari più diffuse nella contemporaneità è, in effetti, proprio quella del cosiddetto nutrizionismo, che ha spostato l'attenzione dagli alimenti ai principi nutritivi che li caratterizzano, secondo una logica riduzionista e fortemente deterministica (v. Scrinis 2008, 2013; Pollan 2008, Contreras Hernández e Ribas Serra 2016; Stano 2021, in stampa).

lo stesso avviene in svariati altri settori connessi con la salute, le abitudini e le pratiche quotidiane, le ideologie⁽³⁾ condivise. Si è dunque imposta sempre più marcatamente l'esigenza di riflettere sui meccanismi semio-culturali soggiacenti a simili fenomeni, soffermandosi sulle dinamiche comunicative che li caratterizzano e, più specificatamente, sulle strategie testuali e discorsive che li contraddistinguono e gli effetti di senso che ne scaturiscono.

Specialmente quando ha per oggetto la cultura “occidentale”, la ricerca di nuova generazione sul mito, estesa a nuove pratiche e nuovi media, tiene inoltre in considerazione i cambiamenti che, in tale cultura, ha subito il concetto di religione. Se da un lato la secolarizzazione ha portato a un uso di temi, iconografie e simboli religiosi al di fuori delle sfere tradizionali, dall'altro le confessioni storiche tendono o a radicalizzarsi rinchiodandosi nelle proprie tradizioni oppure a mutare a loro volta generi, stili, temi che trovano la loro prima espressione nella cultura secolare. Inoltre, il panorama religioso si fa più diversificato, specialmente in relazione all'affermarsi di sempre nuove forme di spiritualità che spesso si configurano in percorsi individuali basati sulla libera sperimentazione, a volte sincretica in quanto non vincolata in modo univoco e definitivo a un'unica tradizione (Palmisano e Pannofino 2021).

Questo contesto, insieme al rapido sviluppo dei media e della società dei consumi, ha portato a una serie di fenomeni di grande interesse per la ricerca sul mito, come il proliferare dei “miti a bassa intensità” (Ortoleva 2019) o di quegli oggetti *cult* che Barthes (1957), lungimirante, definiva già alla fine degli anni '50 *Miti d'oggi*.

Innestandosi nel contesto di una vivace e fruttuosa riflessione sul mito, questo volume raccoglie i risultati di ricerche che attraversano diverse discipline — semiotica, sociologia dei media, estetica, filosofia del diritto — che animano il Centro Interdipartimentale di Ricerca sulla Comunicazione (CIRCe) dell'Università di Torino e alcuni progetti condotti dai suoi membri⁽⁴⁾ allo scopo di fornire un ventaglio di pro-

(3) In questo contesto, infatti, il mito è inteso, in prospettiva barthesiana, come un “sistema semiologico secondo” (Barthes 1957, trad. it. 1974, p. 196), ovvero un metalinguaggio, basato su operazioni connotative, che naturalizza determinate visioni ideologiche (cfr. Eco 1968; Stano e Leone in stampa).

(4) Ci riferiamo in particolare al progetto FACETS (ERC Consolidator, PI Massimo Leone, finanziato dal Consiglio Europeo della Ricerca (ERC) nell'ambito del programma di ricerca e innovazione Horizon 2020 dell'Unione Europea, accordo di sovvenzione n.

spettive sulle nuove forme del discorso mitico, sul loro rapporto con i media e sulle reciproche influenze. Tale riflessione da un lato fa tesoro del classico assunto per cui “i media fanno il messaggio”, ovvero non sono solo veicoli di trasmissione del mito, ma ne influenzano forme e contenuti, dall’altro sembra particolarmente attuale per la proliferazione di mitologie disparate che trovano il proprio habitat vitale proprio nei media, a volte inglobandoli in parte o del tutto, come nel caso dei miti complottisti, che si basano largamente sull’idea di un controllo generale e oscuro dell’informazione⁽⁵⁾. I saggi qui raccolti si possono quindi pensare come altrettante risposte alle domande: i miti contemporanei si possono definire “nuovi”? Se sì, quanto e come la loro novità è correlata all’evoluzione mediatica?

I saggi del volume

Apri questa raccolta il saggio di Simona Stano, che fornisce un inquadramento teorico–filosofico sulla nozione di mito, comparando le caratteristiche del mito classico con quelle dei miti contemporanei, legati all’affermarsi dei media di nuova generazione, soprattutto quelli digitali. La riflessione si basa su un’ampia ricognizione di studi antropologici, filosofici, semiotici e mediologici, soffermandosi altresì sull’analisi di alcuni casi di studio riferiti all’universo alimentare, che aprono la strada ad alcune considerazioni finali sul rapporto tra (nuovi) media e (nuovi) miti.

Anche i contributi di Paolo Heritier e Federico Biggio applicano nozioni filosofiche e socio–antropologiche allo studio di mitologie contemporanee legate ai nuovi media.

819649–FACETS), NeMoSanctI (ERC Starting Grant, PI Jenny Ponzio, questo progetto ha ricevuto finanziamenti dal Consiglio Europeo della Ricerca (ERC) nell’ambito del programma di ricerca e innovazione Orizzonte 2020 dell’Unione Europea, in virtù della convenzione di sovvenzione n. 757314) e COMFECTION (Marie Curie Global, PI Simona Stano, finanziato dal programma di ricerca e innovazione dell’Unione Europea Horizon 2020 nell’ambito delle azioni Marie Skłodowska–Curie, Grant Agreement n. 795025).

(5) Sulle teorie del complotto, v. in particolare Leone (2016), Butter e Knight (2020), Pannofino e Pellegrino (2021). Per ulteriori approfondimenti, rimandiamo alla pagina web dell’azione COST “Comparative Approaches to Conspiracy Theories” (COMPACT), <https://conspiracytheories.eu>, che contiene un’intera sezione dedicata alle più recenti pubblicazioni di natura transdisciplinare e comparativa sul tema.

Heritier si concentra in particolare sulla continuità della natura estetico-politica dell'immagine e del concetto di sovranità — dell'artista, del consumatore e di diverse forme di "influenza" mediatica, come problematizza in modo interessante la trattazione, ricollegandosi alla questione cruciale dello sguardo — tra l'emblematica cinquecentesca e gli odierni *influencer*, tracciando un'efficace traiettoria che si muove da Giovanni Andrea Alciato a Chiara Ferragni, passando per l'analisi di un episodio del film *Dreams* di Kurosawa.

Biggio si interroga invece circa la possibilità di concepire l'innovazione tecnologica stessa come un mito imperniato sul valore della determinazione, combinando teorie sui media e studi sulla spiritualità digitale al fine di descriverne le implicazioni teologiche, oltre che tecnologiche.

Seguono poi alcuni testi che si concentrano su casi di studio che coinvolgono mitologie, media e settori culturali specifici.

Antonio Santangelo analizza le trasformazioni che hanno interessato il mito del medico nelle diverse fasi del periodo pandemico, con particolare riferimento all'ambito dei social network e, più specificamente, a Facebook. Incrociando diversi temi e figure, il suo saggio adotta — discutendone ampiamente implicazioni e potenzialità — una metodologia di natura quali-quantitativa, fondata sulla combinazione di un software per l'analisi di *big data* (T-Lab) con un approccio sociosemiotico, per determinare i significati dei testi attraverso cui simili trasformazioni si sono diffuse e attestate nell'attuale contesto culturale.

Il contributo di José-Luis Fernández si sofferma invece sui processi di mediatizzazione della musica e dei musicisti, individuandone le fasi principali (dai primi ecosistemi pre-mediatici agli odierni impulsi di "piattaformizzazione") e le mitologie che ne derivano. In simile contesto, particolare attenzione viene rivolta alla costruzione mitica dell'individualità del musicista, e più specificamente agli effetti di senso legati a diverse forme di rappresentazione del volto, dal ritratto alla caricatura, sino alle tecniche di estetizzazione e risemantizzazione tipiche dell'odierno regime di "ipervisione" mediatica.

L'interesse per l'universo sonoro caratterizza anche il saggio di Giuseppe Morello, che ripercorre accuratamente lo sviluppo del mezzo radiofonico, dalle origini all'attualità, mostrando i modi in cui esso ha rispecchiato, e non di rado contribuito a innescare e fomentare, i grandi

cambiamenti sociopolitici e mediatici dell'ultimo secolo. Nella seconda parte del lavoro, Morello si concentra più specificamente sul potenziale mitopoietico della radio, sottolineandone la fondamentale funzione di creazione e celebrazione di “eroi” (dalla politica allo sport, e oltre) avuta sino agli anni '70 del Novecento, poi progressivamente soppiantata dall'entrata in campo della televisione pluralistica e, più recentemente, dei cosiddetti nuovi media della contemporaneità.

A seguire, Roberto Mastroianni propone una riflessione in chiave semiotica e filosofica relativa alle “Pietre d'inciampo” di Gunter Demnig. Quest'opera d'arte diffusa — “puntiforme”, la definisce Mastroianni — dal carattere partecipativo e performativo, ha una forte connotazione civile e sociale, in quanto è volta alla creazione di un'identità europea basata sull'elaborazione del trauma della deportazione perpetrata dai nazi-fascisti ai danni delle minoranze, ma anche su un'idea di corresponsabilità in una colpa collettiva che deve servire da monito per il futuro, perché le atrocità del passato non si ripetano più. La forza del meccanismo di rammemorazione proposto dalle pietre d'inciampo è data secondo Mastroianni dal saper coniugare la dimensione pubblica e collettiva degli eventi storici che le Pietre rievocano con la dimensione individuale, intesa sia come memoria unica delle persone di cui le Pietre riportano nome e cognome, sia come singola esperienza dei fruitori, che quotidianamente vi si imbattono camminando per le vie delle città.

Ugo Volli si concentra invece sul fenomeno dello *hate speech*, partendo da una riflessione semiotica sulla passione dell'odio. Portando ad esempio un ampio ventaglio di definizioni proposte dall'antichità ai giorni nostri da filosofi, poeti e intellettuali, ma anche testi enciclopedici tradizionali e digitali, Volli dimostra che molto spesso il discorso odierno che eseca lo *hate speech* di fatto usa il termine “odio” in modo inappropriato, sia perché lo applica a casi in cui la configurazione patemica effettiva non rispecchia quella tipica dell'odio, sia perché ne fa un'accusa lanciata agli avversari o a chi ha idee diverse. L'accusa di provare odio e di esprimere tale odio in forme discorsive aggressive, insomma, da una parte pone seri problemi morali e giuridici, ma dall'altra tende anche a diventare un'etichetta stereotipata, che alcune frange socio-politiche usano largamente per scopi più o meno velatamente ideologici e negando qualsivoglia biunivocità all'odio, ossia il fatto di avere

a propria volta antagonisti oggetti d'odio. Da questa prospettiva, quindi, si può affermare che in alcuni casi lo hate speech è una strategia retorica cruciale nel legittimare — per contrasto — “miti” presentati come euforici e che assumono un'importanza crescente, addirittura fondante — nella cultura contemporanea.

Vi sono poi due saggi che propongono di riflettere sul mito in rapporto alla semiotizzazione del corpo.

Federico Vercellone presenta una riflessione filosofica sul tatuaggio, un ornamento che funziona da potente mezzo di comunicazione, conosciuto da millenni ma che ha trovato una enorme fortuna nella cultura contemporanea. L'autore mette in luce il contrasto tra l'ideale classico del nudo puro, latore di valori morali e civili, e l'estetica del corpo tatuato, che al contrario delega la propria portata simbolica ai segni che vi sono sovrapposti e impressi. Il tatuaggio, sostiene Vercellone, è una pratica che si afferma specialmente in un contesto in cui i miti fondanti della cultura occidentale (come il Cristianesimo e la democrazia) hanno perso la loro efficacia, e sono quindi sostituiti da pratiche di semiotizzazione *bottom-up*, in cui sono i singoli individui a farsi *artifex* dei simboli che devono esprimere la loro identità. Questa valenza simbolica e identitaria, attribuita al tatuaggio e legata all'auto-affermazione, all'auto-riconoscimento e a un'idea di autopoiesi del soggetto, spiega anche perché l'imposizione coercitiva del tatuaggio (com'è accaduto in passato nei *lager* e in vari sistemi detentivi) sia una pratica di grande violenza.

Silvia Barbotto si concentra sulla figura mitologica di Atlante, ricostruendone la genesi e le diverse interpretazioni che ne sono state fornite, e analizzandone altresì l'interessante relazione di parasinonimia con la denominazione generalmente utilizzata per fare riferimento alla prima vertebra cervicale del corpo umano. Il saggio propone quindi una lettura del mito “enattivato” (nei termini impiegati dall'autrice, con richiamo al noto approccio descritto da Varela, Thompson e Rosch (1991)), fondata sul parallelismo tra corporeità umana e figurativizzazione mitica. Questo, a sua volta, apre la strada ad alcune riflessioni di carattere generale sul ruolo della metafora e della spazialità nel linguaggio mitico.

Infine, un ultimo gruppo di saggi ha per oggetto una riflessione sui miti in rapporto alle culture religiose.

Il contributo di Massimo Leone propone una riflessione sul mito del volto di Dio, concentrandosi specialmente sul tema dello sguardo divino. Un'ampia panoramica che attraversa culture anche molto lontane nel tempo e nello spazio dimostra che gli occhi della divinità possono essere associati a raggi luminosi che illuminano la terra permettendo la visione da parte degli esseri umani (come nella cultura egizia), oppure a dispositivi di una visione onnisciente (non a caso pensata con una prospettiva "dall'alto"), di cui gli esseri umani sono oggetto e che può avere due connotazioni timicamente opposte: da un lato, l'occhio che vede e soccorre della divina provvidenza, dall'altro l'occhio scrutatore della divinità che giudica e castiga (come nelle tradizioni ebraica e cristiana). Soffermendosi su quest'ultima declinazione del tema, Leone conclude la sua riflessione notando come questo immaginario religioso migri nella cultura contemporanea secolarizzata e tecnologica andando ad alimentare il mito disforico di un occhio occulto che tutto vede e controlla, tipico di molte teorie del complotto.

Il saggio di Victoria Dos Santos ci porta invece nel mondo dei videogiochi e delle piattaforme di realtà immersiva, come "Minecraft" e "Second Life", che sono sedi privilegiate di nuove forme religiose e spirituali. Fluidità, libertà nella sperimentazione, creatività e possibilità di costruire comunità senza vincoli geografici sono alcune delle caratteristiche che hanno reso gli ambienti virtuali l'habitat ideale per ripensare pratiche religiose preesistenti e idearne di nuove. Riflettendo su alcuni di questi fenomeni, in particolare relativamente al tecnopaganesimo, Dos Santos argomenta che la crescente interazione tra tecnologie computazionali ed esperienze religiose fa apparire superata la teoria che vede nello sviluppo tecnologico uno dei fattori che hanno determinato il disincanto e la secolarizzazione, ma che anzi una visione animistica della tecnologia è stata centrale per molti dei principali fautori dell'innovazione computazionale e mediatica.

Il testo di Francesco Galofaro e Magdalena Maria Kubas presenta il risultato di uno studio effettuato su un corpus di risposte ai tweet di papa Francesco in materia di ecologia e sul rapporto tra il Cantico delle Creature di San Francesco d'Assisi e l'enciclica *Laudato si'* di papa

Francesco. Lo studio si basa sul metodo dell'istruzione di reti neurali e dell'analisi delle concordanze ed è condotto con lo scopo di sperimentare se e come la semiotica possa contribuire allo studio di corpora digitali, interagendo con le scienze sociali e computazionali. Se da un lato questo saggio propone una prospettiva originale per lo studio di uno dei più pervasivi miti della nostra epoca, che si esprime nel discorso ecologico (con i temi ricorrenti, almeno della retorica cristiana, della fratellanza non solo tra tutti gli umani, ma anche nei confronti degli elementi naturali, e della "casa comune"), dall'altra offre anche uno spunto di riflessione sul "mito" dell'IA, su potenzialità e limiti dello studio algoritmico di elementi quali la polarità e la soggettività.

Infine, il saggio di Jenny Ponzo si concentra su un caso di studio in cui pratiche e testi della religione tradizionalmente intesa vengono reinterpretati e comunicati servendosi di media digitali e di generi testuali ampiamente utilizzati nell'ambito della cultura secolare. L'autrice propone infatti l'analisi di un corpus di app per smartphone dedicate ai santi cattolici. Queste app presentano un modo alternativo di organizzare il sapere sui santi, che se da un lato ha tratti in comune con i tradizionali martirologi e con le enciclopedie dei santi, dall'altro integra la loro struttura con nuove funzionalità proprie dei media digitali, quali la condivisibilità dei contenuti e la transmedialità, secondo dinamiche tipicamente orizzontali. Ponzo individua nelle app dei santi varie funzioni ricorrenti, come ad esempio la funzione fatica sociale, la funzione performativa morale e la funzione di (ri-)mediazione della memoria culturale.

L'insieme dei contributi raccolti nel volume, dunque, tocca tre punti chiave, che si leggono in filigrana nei vari studi presentati: una riflessione sul concetto stesso di mito, che partendo dalle idee e teorizzazioni del passato ripensa questa categoria alla luce della cultura contemporanea; una panoramica sui media, le retoriche, i linguaggi e gli schemi narrativi con cui i miti vengono espressi in tale cultura; e infine, ma forse soprattutto, una riflessione sul legame intrinseco tra mito e media, sulle reciproche influenze e su come questo rapporto sia mutato nel corso del tempo. Senza avere una pretesa di esaustività, questa raccolta spera invece di sollecitare nuove domande e nuove direzioni per il pensiero e la ricerca.

Riferimenti bibliografici

- Barthes R. (1957) *Mythologies*, Éditions du Seuil, Paris (trad. it. di L. Lonzi, *Miti d'oggi*, Einaudi, Torino 1974).
- Butter M. e P. Knight (a cura di) (2020) *Routledge Handbook of Conspiracy Theories*, Routledge, London.
- Contreras Hernández J. e J. Ribas Serra (2016) *Are nutrients also good to think?*, “Semiotica”, 211: 139–163.
- Eco U. (1968) *La struttura assente*, Bompiani, Milano.
- Ferraro G. (1979) *Il linguaggio del mito: valori simbolici e realtà sociale nelle mitologie primitive*, Feltrinelli, Milano.
- Greimas A.J. (1995) *Miti e figure*, a cura di F. Marsciani, Esculapio, Bologna.
- Greimas A.J. (2017) *Mitologiche: la semiosfera lituana*, a cura di P. Fabbri, Aracne, Canterano.
- Leone M. (a cura di) (2016) *Complotto/Conspiracy — Lexia 23–24*, Aracne, Roma.
- Lévi-Strauss C. (1955) *The structural study of myth*, “Journal of American Folklore”, 68, 270: 428–444.
- Lotman M. e B.A. Uspenskij (1975) *Tipologia della cultura*, Bompiani, Milano.
- Ortoleva P. (2019) *Miti a bassa intensità. Racconti, media, vita quotidiana*, Einaudi, Torino.
- Palmisano S. e N. Pannofino (2021) *Religione sotto spirito. Viaggio nelle nuove spiritualità*, Mondadori Università, Milano.
- Pannofino N. e D. Pellegrino (a cura di) (2021) *Trame nascoste. Teorie della cospirazione e miti sul lato in ombra della società*, Mimesis, Milano–Udine.
- Pollan M. (2008) *In Defense of Food: An Eater’s Manifesto*, Penguin Press, New York.
- Scrinis G. (2008) *On the Ideology of Nutritionism*. “Gastronomica”, 8(1): 39–48.
- Scrinis G. (2013) *Nutritionism: The Science and Politics of Dietary Advice*, Columbia University Press, New York.
- Stano S. (2021) “Beyond Nutrition: Meanings, Narratives, Myths”, in S. Stano e A. Bentley (a cura di), *Food for Thought. Nourishment, Culture, Meaning*, Springer, Cham, 147–158.
- Stano S. (in stampa) *Food, Ideology and Critical Semiotics*, “Lexia”, 43–44.
- Stano S. e M. Leone (in stampa) *Ideologia/Ideology — Lexia 43–44*, Aracne, Roma.
- Varela F.J., E. Thompson e E. Rosch (1991) *The Embodied Mind: Cognitive Science and Human Experience*, MIT Press, Cambridge.

NUOVI MEDIA, NUOVI MITI?⁽¹⁾

SIMONA STANO, Università degli Studi di Torino

ABSTRACT: In contemporary mediascapes, the idea of myth, traditionally associated with truth, seems to have assumed an eminently dysphoric connotation, based on a presumed “illusory” or “lying” (in Greimassian terms) characterisation of contemporary digital narratives, and the consequent need to “debunk” them. This paper investigates such a transformation, drawing on existing literature and observing some relevant case studies in order to answer a fundamental question: have new media generated new myths?

KEYWORDS: Myth; truth; post-truth; media; reality.

I. Introduzione

Nel panorama mediale contemporaneo, l'idea di *mito*, tradizionalmente associata alla “verità” (nei termini che chiariremo in seguito), sembra aver assunto una connotazione eminentemente disforica, fondata

(1) Questo progetto è stato finanziato dal programma di ricerca e innovazione dell'Unione Europea Horizon 2020 nell'ambito delle azioni Marie Skłodowska-Curie, Grant Agreement n. 795025. Le considerazioni presentate nell'articolo riflettono esclusivamente il punto di vista dell'autrice, e la Research Executive Agency della Commissione Europea non è responsabile per qualsivoglia utilizzo si possa fare delle informazioni contenute in queste pagine.

sull'imputazione di un carattere "illusorio" o "menzognero" (per riprendere la terminologia introdotta da Greimas 1966) alle narrazioni digitali contemporanee, e la conseguente necessità di un loro "smascheramento", o "debunking".

D'altra parte, come abbiamo mostrato in Stano (2022), tale connotazione non costituisce una novità assoluta, ma si ricollega alla messa in discussione dell'universalità del mito tipica della prima modernità e, più in generale, all'antico dibattito sul rapporto tra pensiero logico-razionale e altre forme di conoscenza. Eppure, con lo sviluppo delle nuove tecnologie di informazione e comunicazione, essa si è diffusa su larga scala, imponendosi nel linguaggio e nel senso comune.

Nei paragrafi che seguono ripercorreremo i punti salienti di simile trasformazione, facendo particolare riferimento all'universo alimentare, al fine di rispondere a una domanda di fondamentale interesse: i nuovi media hanno generato nuovi miti?

2. Basi per una definizione di mito, tra "vecchi" e "nuovi" media

Aprendo un comune dizionario, si può leggere che il termine "mito", dal gr. μῦθος, "parola, racconto, discorso", designa una

narrazione fantastica tramandata oralmente o in forma scritta, con valore spesso religioso e comunque simbolico, di gesta compiute da figure divine o da antenati (esseri mitici) che per un popolo, una cultura o una civiltà costituisce una spiegazione sia di fenomeni naturali sia dell'esperienza trascendentale, il fondamento del sistema sociale o la giustificazione del significato sacrale che si attribuisce a fatti o a personaggi storici (Treccani 2021 online, s.v. "mito").

Tale descrizione mette in luce tre aspetti fondamentali del mito, che risultano di particolare interesse ai fini dell'analisi qui proposta: la sua *natura narrativa*; la sua *sospensione tra realtà e finzione*; e la sua *oscillazione tra oralità e scrittura*.

2.1. *Il mito come narrazione*

Il mito è definito innanzitutto come una *storia*, la cui funzione è quella di attribuire senso ai misteri del cosmo e della vita, offrendo risposte a quesiti universali come l'origine dell'universo, degli dèi o dei fenomeni naturali, le cause della sofferenza e altri aspetti della realtà umana, le origini di alcune istituzioni sociali, ecc. D'altronde, come ci insegna la semiotica (v. in particolare Greimas 1970; 1983), la narrazione costituisce un elemento imprescindibile del percorso di generazione del senso, e addirittura — secondo alcune più recenti impostazioni (v. in particolare Ferraro 2015; 2017) — uno dei principali sistemi di modellizzazione della realtà. Nel caso del racconto mitico, tale funzione è particolarmente accentuata, ed è stata descritta da diversi studiosi, tra cui il noto antropologo e mitografo Mircea Eliade (1963), nei termini di una vera e propria *rivelazione*:

la funzione principale del mito è di *rivelare i modelli esemplari* di tutti i riti e di tutte le attività umane significative, sia dell'alimentazione e del matrimonio, sia del lavoro, dell'educazione, dell'arte o della saggezza ([1966]: 30, enfasi nostra; cfr. Eliade 1949).

Consideriamo, a titolo esemplificativo, il noto mito di Cerere e Proserpina. Dopo il rapimento di quest'ultima da parte di Plutone, la prima, disperata per la perdita della figlia, lasciò l'Olimpo e prese a peregrinare tra i campi, bagnandoli con lacrime che ne seccarono tutta la vegetazione, costringendo gli uomini alla fame. Dietro intervento di Giove, il dio degli Inferi lasciò andare la fanciulla, non prima però di averle fatto mangiare alcuni chicchi di una melagrana magica, in grado di far sorgere in lei il desiderio di tornare da lui. Proserpina abbandonò allora l'oscurità del regno di Plutone per riabbracciare Cerere, e improvvisamente la terra ridivenne verde, fiori e gemme spuntarono dappertutto e animali e uomini poterono di nuovo sfamarsi e vivere felici. Passati alcuni mesi, tuttavia, un sentimento di nostalgia colse la fanciulla, riconducendola nuovamente negli Inferi. Durante questo periodo, gli alberi tornarono a perdere foglie e frutti e la neve ricoprì la terra. Ma quando, dopo alcuni mesi, Proserpina tornò dalla madre, la terra

ridivenne ancora una volta verde, e si coprì nuovamente di fiori e foglie. E così ella fu condannata a spostarsi per l'eternità, causando variazioni nell'umore della madre e, di conseguenza, nel mondo degli uomini.

La narrazione mitica serve in questo caso a rendere conto dell'alternarsi delle stagioni e, in particolare, del ricorrente passaggio da periodi di prosperità e fertilità della terra (primavera ed estate, associate alla gioia di Cerere per il ricongiungimento con la figlia) a periodi di decadimento e desolazione (autunno e inverno, di contro legati al ritorno agli Inferi di Proserpina, e al dolore della madre per la perdita, nuovamente subita, della figlia).

Sebbene questa forma di racconto mitico sia oggi per lo più considerata il retaggio di un passato lontano (da alcuni rimpianto, da altri rinnegato, come vedremo a seguire), le narrazioni mitiche continuano a esistere e propagarsi nelle culture contemporanee. Per comprendere adeguatamente le analogie e le differenze tra questo tipo di mito e quello dell'antichità, è imprescindibile prendere in considerazione anche gli altri due aspetti messi in evidenza dalla definizione menzionata in apertura.

2. 2. *Una narrazione "fantastica"*

La narrazione mitica, come ben chiarisce il dizionario sin dalle prime battute, non è da intendersi come realistica, bensì "fantastica". Nel caso considerato nel paragrafo precedente, ad esempio, non è tanto l'effettiva esistenza di Cerere e Proserpina, o la veridicità degli eventi narrati, a essere significativa, quanto la portata simbolica degli elementi narrativi del racconto mitico, e il modo in cui questi riescono a rendere conto di particolari aspetti della realtà, spesso inspiegabili in termini razionali. È in questo senso che, in apertura, abbiamo parlato di «sospensione [del mito] tra realtà e finzione»: sappiamo oggi che l'alternarsi di periodi caratterizzati da diverse condizioni atmosferiche — e dagli effetti che queste hanno sull'ambiente e l'agricoltura — è dovuta all'inclinazione dell'asse di rotazione della Terra, che va a mutare l'angolo di incidenza dei raggi solari sulla sua superficie. In assenza di tale spiegazione razionale (inimmaginabile ai tempi in cui il mito considerato ha avuto

origine), la logica simbolica ha consentito di dare un senso — non razionale ma non per questo meno efficace — al verificarsi di tali trasformazioni, diversamente non riconducibili ad alcuna causa nota.

È proprio in virtù di tale carattere rivelatorio ed esplicativo che il mito è stato tradizionalmente associato all'idea di "verità". André Siganos (2005), riprendendo la cultura classica, ha rimarcato a questo proposito la contrapposizione tra *mythos* e *logos*: se quest'ultimo è la "parola riflessa", che mira a convincere, il primo rappresenta invece la parola "vera", non nel senso di ciò che è ponderato con giudizio o supportato da prove, ma — come già evidenziato da Walter F. Otto (1987) — di ciò che è "rivelato", e come tale venerato⁽²⁾. Una posizione in cui paiono riecheggiare le parole di Eliade, che in un'opera dal titolo emblematico — *Myth and Reality* (1963) — ha descritto il mito come una storia "sacra", e dunque "vera", in quanto frutto di una conoscenza e una saggezza che affondano le proprie radici in un universo divino e arcaico, fornendo modelli e giustificazioni diversamente inattuabili all'essere umano.

L'aggettivo "fantastica" non è dunque da intendersi — almeno per il mito classicamente inteso — nel senso di una irrimediabile distanza dalla realtà, bensì in stretta correlazione con essa. Eppure, come abbiamo accennato in apertura, la concezione del termine mito sembra essere radicalmente cambiata nella contemporaneità. Lo stesso dizionario, dopo la descrizione generale sopra riportata, aggiunge, come possibile specificazione, un riferimento all'alterazione (talvolta patologica, tendenzialmente ideologica⁽³⁾) del reale:

3. a. Rappresentazione ideale o ideologica della realtà che, proposta in genere da una élite intellettuale o politica, viene accolta con fede quasi mistica da un popolo o da un gruppo sociale: il m. positivistic del progresso; [...] abbattere, far crollare un mito. b. Desiderio o speranza ritenuti irrealizzabili; sogno, utopia: il miglioramento della situazione

(2) Bruce Lincoln (1999), tuttavia, ha mostrato come tale opposizione fosse meno marcata nel pensiero greco rispetto a quanto messo in evidenza da studiosi post-illuministi e tradizioni più recenti.

(3) Per un approfondimento in prospettiva semiotica sull'ideologia, si veda in particolare Stano e Leone (in stampa).

è, almeno per ora, un m.; il calo dell'inflazione si è rivelato un mito. Soggettivamente o polemicamente, possono essere definite come mito in questo senso limitativo anche alcune di quelle idee che per altri hanno o hanno avuto un valore simbolico-religioso, in quanto ritenute prive di validità razionale e di carattere pratico: il m. dell'uguaglianza sociale, il m. del benessere universale. c. Più genericam., prodotto della fantasia, alterazione più o meno involontaria della realtà per opera dell'immaginazione, anche come fatto patologico (cfr. mitomania): fabbricarsi, crearsi dei miti. E in frasi di tono più o meno scherz. (con sign. affine a favola, leggenda), fatto o opinione che non ha corrispondenza nella realtà: la sua intelligenza, o la sua incorruttibilità, è soltanto un mito (Treccani online 2022, s.v. "mito").

Cosa è accaduto? Come siamo passati dal racconto mitico come "parola vera" all'idea di una "distorsione immaginifica della realtà"? Come illustrato in Stano (2022), è in particolare la contrapposizione tra mito e scienza ad aver giocato un ruolo di primo rilievo in simile trasformazione. Autori come Martin Heidegger (1950), Walter F. Otto (1962) e Angelo Brelich (2003) hanno lamentato la "perdita del mito", imputandola alla civiltà moderna, che vi ha preferito scienza e tecnica. Secondo altri studiosi, come Ernst Cassirer (1925), Edward Burnett Tylor (1871), James George Frazer (1890) e Lucien Lévy-Bruhl (1935), la modernità avrebbe invece segnato un "superamento" del discorso mitico, inteso come procedimento irrazionale, primitivo e "pre-logico", ad opera di forme di conoscenza "più alte" — quelle della scienza, ritenuta al contrario logica, razionale, frutto di progresso e sviluppo. È in particolare a partire da questa seconda posizione che sembra aver avuto origine la concezione disforica del mito oggi radicata nel senso comune.

Eppure, non sono mancati, anche in epoca moderna, i sostenitori della continuità tra mito e scienza. Si pensi a Bronislaw Malinowski (1926), che ne ha enfatizzato proprio la complementarità, sostenendo che se la scienza cerca di controllare il mondo, il mito aiuta piuttosto a riconciliarsi con gli aspetti del mondo che non si possono controllare. Allo stesso modo, Lévi-Strauss (1966) ha descritto sia il mito che la scienza come operazioni logiche del pensiero, sottolineando come il primo vada oltre la semplice registrazione degli eventi naturali, in

uno slancio conoscitivo regolato da logiche che devono essere ricercate e spiegate a livello strutturale. Se un'opposizione esiste, pertanto, essa riguarda tutt'al più il mito (esso stesso vera e propria forma di scienza, "primitiva" ma non per questo inferiore) e la scienza moderna. Più radicale ancora è la posizione di Popper (1963; 1994), secondo cui la scienza emerge dal mito, non lo sostituisce: ci sono miti sia religiosi sia scientifici, la distinzione tra di essi si basa non sul loro contenuto ma sulla loro ricezione, ovvero sul fatto che vengano accettati dogmaticamente oppure messi in discussione.

Inserendosi sulla scia di simili riflessioni, Marino Niola (2012) ha recentemente introdotto l'espressione "mitologie light" per fare riferimento ai discorsi mitici del presente ed enfatizzare la complementarità tra il ragionamento scientifico, fondato su concetti astratti, proporzioni numeriche e consequenzialità logiche, e il racconto mitico, basato invece su metafore, immagini ed emblemi, conferendo a quest'ultimo la stessa dignità conoscitiva del primo. In aggiunta, lo studioso ha mostrato come gli stessi discorsi scientifici tendano talvolta ad assumere un colorito mitologico, soprattutto in quei casi in cui la dimostrazione sperimentale non è possibile. Analogamente, Peppino Ortoleva (2019) ha ribadito con forza che il mito non è da considerarsi antitetico alla scienza, bensì suo complemento — tanto più quanto la scienza si specializza e diviene di più difficile comprensione per la società, come in epoca moderna e contemporanea. In simile prospettiva, lo sviluppo scientifico non sopprime, ma al contrario amplifica la domanda di narrazioni mitiche, siano esse utopiche (come il mito del "genio" descritto dallo stesso Ortoleva in *Miti a bassa intensità*) o distopiche (con le disastrose conseguenze della prepotenza del progresso e del suo tentativo di modificare l'ordine "naturale" del mondo in primo piano, cfr. Stano 2021).

Nondimeno, da più parti continuiamo a essere invitati a non cadere nella "menzogna" dei miti, a seguire chi ci promette di poterli "sfatare", e così via, in base a una concezione evidentemente disforica dei discorsi mitici fondata su una presunta cesura tra mito e realtà, che — come abbiamo visto — ritroviamo confermata a partire dalla definizione che ne offre il dizionario ⁽⁴⁾.

(4) Il *topos* disforico del mito come problematico artificio da "smascherare" si ritrova anche presso alcune impostazioni semiotiche, che hanno enfatizzato il potenziale "demistificante"

2.3. *Un racconto orale*

La terza caratteristica del racconto mitico messa in luce dal vocabolario è la sua oscillazione tra oralità e scrittura, da cui — come vedremo — è possibile trarre interessanti conclusioni rispetto ad altri aspetti cruciali che lo contraddistinguono (in particolare in relazione alla sua autorità e autorialità) sempre nell’ottica di una comparazione tra passato e presente e con specifico riferimento ai mezzi tramite cui esso si manifesta e diffonde.

Secondo Siganos (2005), il mito classico si contrappone strenuamente alla scrittura: si tratta di una creazione collettiva, orale (e come tale originaria), recitata secondo condizioni particolari che lo traspongono nel sacro, che pertanto non condivide nulla con l’espressione scritta, non originaria (in quanto sorta in seguito all’oralità), legata all’individuo invece che alla collettività (sia sul versante della creazione che del consumo del racconto) e dal carattere “profano”. Analogamente, Jack Goody (1977; 2010) descrive l’oralità come “medium proprio” del discorso mitico, e così Marshall McLuhan (1964), secondo il quale nel passaggio alla scrittura il mito, seppur non totalmente soppresso, viene trasposto in una logica che non è quella sua originaria.

Simili osservazioni sono di fondamentale interesse per un confronto approfondito tra miti “classici” e mitologie “di oggi”, in particolare per ciò che concerne le dimensioni dell’*atorialità* e dell’*autorità* del discorso mitico. Quest’ultimo, infatti, è stato tradizionalmente considerato “senza autore”: come ha sintetizzato efficacemente Opelz, «by definition, a myth has no author — because it is the authority, or what amounts to the same thing: it has no origin, because it is the origin» (2018, p. 50). Il mito, in altri termini, non è considerato il frutto della creazione di un uomo o di un gruppo specifico, bensì il patrimonio comune di una società e dell’umanità intera, che ne è al tempo stesso destinatario ed emittente (almeno da un primo, immediato, punto di vista). Si apre qui, a ben vedere, una sorta di *paradosso dell’oralità mitica*: chi pronuncia il testo mitico è immediatamente riconoscibile, dotato di un nome e di connotati specifici, eppure non si configura come suo

della scienza dei processi di significazione (a questo proposito, si veda in particolare la riflessione su mito e ideologia, cfr. Stano e Leone, in stampa).

autore. È, al più, un “enunciatore anonimo” del racconto mitico, un suo portavoce o mero esecutore. In questo senso, come abbiamo notato (cfr. Stano 2022), il mito emerge dunque come espressione massima del processo di “morte dell’autore” descritto da Barthes, in cui è solo il linguaggio ad agire, «nella performance sua e non dell’io» (1984, p. 29). Con questo non intendiamo certamente sottovalutare l’importanza della sfera rituale associata alla narrazione mitica, e quindi della dimensione illocutiva e perlocutiva che la riguardano, oltre alle inevitabili operazioni di “rimaneggiamento” che essa presuppone⁽⁵⁾. D’altra parte, a fronte della smisurata “autorità” del testo mitico, l’idea di una sua sostanziale assenza di autorialità sembra decisamente prevalere.

Se dal mito classico passiamo alle mitologie dell’epoca contemporanea, occorre rivedere l’idea di una netta contrapposizione tra oralità e scrittura, pensando piuttosto — come suggerisce Ortoleva (2019) — a una sorta di avvicendamento ciclico tra queste forme di espressione, e a un ritorno alla miticità legato proprio alla rapidità dell’elettrificazione e al prevalere nei media elettronici di scambi affini a quelli orali, che si allontanano dalla forma–testo propria della scrittura e della stampa.

Consideriamo, a titolo esemplificativo, la pagina Facebook “Non-GMO Products”⁽⁶⁾, e in particolare alcuni post (e i relativi commenti) dedicati al consumo di prodotti geneticamente modificati nel mondo (con particolare riferimento agli Stati Uniti, e alcuni casi particolari riferiti all’Europa). Sebbene i contenuti specifici varino a seconda del post preso in considerazione, vi sono alcune costanti formali che vale la pena di mettere in evidenza. L’ampio ricorso al maiuscolo e a paragrafemi (come i punti esclamativi reiterati, le virgolette, l’utilizzo dei punti di sospensione), ad esempio, sembrano richiamare il ritmo (pause, esitazioni, accelerazioni) e l’intonazione (denotazioni di ironia o esclamazione) del linguaggio verbale, mentre il linguaggio visivo (es. le *emoji*, largamente impiegate, e il ricorso a meme⁽⁷⁾) sovvien a simulare

(5) «Tutti — sosteneva Aristotele già diversi secoli fa — nel raccontare fanno delle aggiunte per riuscire più graditi» (*Poetica*, 12–18).

(6) In base ai requisiti etici fissati dalla Comunità Europea, i dati relativi ai casi di studio osservati sono stati anonimizzati e minimizzati.

(7) Sugli aspetti grammaticali, semantici e pragmatici dei nuovi sistemi di “scrittura visiva”, con specifico riferimento alle *emoji*, v. in particolare Danesi (2016); sui meme, v. in particolare Shifman (2013) e Marino (2014).

le espressioni facciali e le sensazioni di chi scrive, rendendo il “timbro” del messaggio, oltre a esplicitare o rimarcare il significato di alcuni messaggi (come nel caso dei teschi o dello zombie). I testi sembrano inoltre confermare l’odierna tendenza a favorire velocità e immediatezza comunicativa a discapito di correttezza e completezza (cfr. Gheno 2011), portando in primo piano espressioni gergali e modi di dire specifici (es. “zombie food”, “frankenfood”, “HELL NO!”) e nuove forme ortografiche (es. abbreviazioni, omissioni, sostituzioni di vario tipo⁽⁸⁾), in quello che si configura a tutti gli effetti come un *continuum* diamesico tra lo “scritto–scritto” e il “parlato–parlato” (Nencioni 1976; cfr. Carlini 1999; Pistolesi 2014).

Ne deriva una situazione comunicativa di particolare interesse, che permette non solo di ricevere ma anche di interagire sempre più direttamente e facilmente con le narrazioni mitiche, rendendone i lettori in crescente misura “co–autori” — seppur con le limitazioni che chiariremo a breve. Pensiamo, ad esempio, al largo utilizzo di strumenti di “reazione” (“like”, espressioni di dispiacere, rabbia, ecc.) e soprattutto di commento (funzione “rispondi”) tramite cui si sviluppa la discussione, articolata in battute e controbattute, richiami, link ad altre testualità, e così via. In simili scambi comunicativi, il nome dell’enunciatore è sempre in primo piano: gli utenti lo vedono, a chiare lettere davanti ai propri occhi, con possibilità di tag a “portata di click” (e del tutto automatizzata in caso di risposta ad altri commenti). Eppure, anche in questi casi, sembra rimanere una distanza incolmabile fra il testo mitico e il suo autore — una distanza che, come ha ben notato Leone,

non risiede tanto nello scollegamento tecnico fra l’uno e l’altro, [...] ma nella percezione soggettiva di esso. La maggior parte degli internauti, e forse soprattutto i più giovani, percepiscono le proprie azioni online, e in particolare quelle nei social networks, come assolutamente dissociate dalla propria identità socio–politica (Maani 2018, p. 7).

(8) Si tratta, anche in questo caso, di un fenomeno molto diffuso. Per approfondimenti, si rimanda in particolare a Chiusaroli e Zanzotto (2012); Chiusaroli (2014); Fiorentini (2015).

Sebbene non si possa parlare di vera e propria anonimata, in altri termini, ci sembra che le comunicazioni del presente digitale siano state indubbiamente investite da un'aura di "anonimato", generando una diffusa *irresponsabilità pragmatica*: gli utenti di Internet tendono a credere che vi sia assoluta libertà di parola nello spazio della rete, al punto da divenire "insensibili" alle conseguenze delle loro reazioni impulsive. È come se presumessero di poter difficilmente essere ritenuti responsabili di ciò che affermano su Internet (v. Wong 2010). Il paradosso riscontrato nel caso dell'oralità mitica classica assume così una portata ancora maggiore, ribadendo il primato della performance del linguaggio (quello digitale, con tutta la sua mutevolezza e instabilità) su quella dei suoi fruitori/co-autori.

3. Media e miti: riflessioni conclusive

Come abbiamo visto, l'evoluzione del racconto mitico è strettamente connessa a quella dei mezzi di comunicazione, e in particolar modo al passaggio tra oralità e scrittura. Ciò ha determinato nuovi modi e nuove forme di espressione del mito, oltre a una sua risemantizzazione in chiave fortemente disforica, che ne ha rimodellato il rapporto con la realtà. A un primo sguardo, dunque, saremmo portati a dire che sì, l'affermarsi di nuovi media ha certamente portato alla diffusione di "nuovi miti".

D'altra parte, ci sembra che vi siano alcuni elementi di continuità tra narrazioni mitiche del passato e del presente che non possono essere trascurati. Innanzi tutto, come abbiamo visto, pur passando per forme di scrittura, i miti odierni richiamano fortemente gli scambi orali, tanto da aver portato alla definizione di una nuova modalità comunicativa, quella della "para-oralità telematica"⁽⁹⁾ (Ortoleva 2019). Oltre che per gli elementi formali sopra evidenziali, tale modalità si contraddistingue per il modo in cui favorisce scambi continui, caratterizzati da un fervente *bricolage* (cfr. Lévi-Strauss 1962 e Floch 1990; 2006) che ne rimodella costantemente forme e talvolta anche contenuti. Ne deriva una estrema variabilità delle mitologie della contemporaneità digitale, in base a una serie di «*negoziazioni contestuali e locali*, con giochi linguistici [e non solo] sempre

(9) Con una amplificazione delle osservazioni di Ong (1968) sull'oralità secondaria promossa da telefono, radio, televisione e altri media elettronici.

rinegoziati, non predeterminati e in parte casuali» (Dusi e Spaziantè 2006, p. 2). Ed è proprio questo, a nostro parere, a mettere in evidenza il ruolo cruciale del racconto mitico nelle culture digitali contemporanee, e insieme un suo punto di contatto di fondamentale importanza con il mito classico: sistema di significazione⁽¹⁰⁾ in continua — e spesso incontenibile — attività, esso “mette in forma” i discorsi più vari, in un processo di incessante concatenazione e riformulazione, ricombinazione e trasformazione traduttiva che lo rende uno strumento ineliminabile tramite cui la conoscenza del mondo prende forma, si struttura e si sedimenta nelle semiosfere contemporanee. Non è solo, quindi, alla veridicità dei suoi contenuti che dovremmo guardare (concentrandoci sulla *verità referenziale* spesso celebrata dai *debunker* più vari), ma anche, e soprattutto, al modo in cui le sue forme sembrano favorire il carattere *relazionale* delle mitologie contemporanee, favorendo quel regime di *post-verità* che contraddistingue il presente e il modo in cui, attraverso le pratiche discorsive, ci rapportiamo alla realtà del mondo e ne facciamo conoscenza (cfr. Lorusso 2018). Il che forse, a pensarci bene, non si allontana troppo dalla funzione descritta, per il mito classico, da autori quali Eliade o Siganos.

Riferimenti bibliografici

- Aristotele (334–330 a.C.) *Poetica*, Bompiani, Milano 2004.
- Barthes R. (1957) *Mythologies*, Éditions du Seuil, Paris (trad. it. di L. Lonzi, *Miti d'oggi*, Einaudi, Torino 1974).
- Barthes R. (1984) *Le bruissement de la langue. Essais critiques* IV, Éditions du Seuil, Paris (*Il brusio della lingua*, trad. it. di B. Bellotto, Einaudi, Torino 1988).
- Brelich A. (2003) *Come funzionano i miti. L'universo mitologico di una cultura melanesiana* (a cura di M. G. Lancellotti), Dedalo, Bari.
- Carlini F. (1999) *Lo stile del web. Parole e immagini nella comunicazione di rete*, Einaudi, Torino.
- Cassirer E. (1925) *Das mythische Denken. Philosophie der symbolischen Formen*, 2 vol., Bruno Cassirer, Berlin (trad. it. *Filosofia delle forme simboliche* — vol. II: *Il pensiero mitico*, Pgreco, Milano 2015).

(10) Il riferimento è qui alla definizione di proposta da Barthes (1957) nelle sue *Mythologies* (per una riflessione approfondita, cfr. Stano 2022).

- Chiusaroli F. (2014) *Scritture Brevi di Twitter: Note di grammatica e di terminologia*, in V. Orioles, R. Bombi e M. Brazzo (a cura di), *Metalinguaggio. Storia e statuto dei costrutti della linguistica*, vol. 1, Il Calamo, Roma, 435–448.
- Chiusaroli F. e F.M. Zanzotto (2012) *Scritture brevi nelle lingue moderne*, Università degli Studi di Napoli L'Orientale, Napoli.
- Danesi M. (2016) *The Semiotics of Emoji: The Rise of Visual Language in the Age of the Internet*, Bloomsbury Academic, New York.
- Dusi N. e L. Spaziantè (2006) *Remix–remake: pratiche di replicabilità*, Meltemi, Roma.
- Eliade M. (1949) *Le Mythe de l'Éternel Retour. Archétypes et répétition*, Librairie Gallimard, Paris.
- Eliade M. (1963) *Myth and Reality*, Harper and Row, New York–Evanston (trad. it. *Mito e realtà*, Boria, Torino 1966).
- Ferraro G. (2015) *Teorie della narrazione. Dai racconti tradizionali all'odierno storytelling*, Carocci, Roma.
- Ferraro G. (2017) “Via dallo spazio profondo. Per un nuovo modello della generazione dei testi”, in G. Ferraro e A. Santangelo (a cura di), *I sensi del testo. Percorsi interpretativi tra la superficie e il profondo*, Aracne, Roma, 69–98.
- Fiorentini I. (2015) *Le lingue del LOL: scritture ludiche di varietà non standard in rete*, in S. Dal Negro, F. Guerini e G. Iannàccaro (a cura di), *Elaborazione ortografica delle varietà non standard. Esperienze spontanee in Italia e all'estero*, Bergamo University Press — Sestante Edizioni, Bergamo, 159–179.
- Floch J.–M. (1990) *Sémiotique, marketing et communication: Sous les signes, les stratégies*, PUF, Paris.
- Floch J.–M. (2006) *Bricolage: lettere ai semiologi della terra ferma* (a cura di G. Marrone e M. Agnello), Meltemi, Roma.
- Frazer J. G. (1890) *The Golden Bough*, MacMillan, London.
- Gheno V. (2011) “Socializzare in rete”, in S. Stefanelli e A.V. Saura (a cura di), *I linguaggi giovanili*, Accademia della Crusca, Firenze, 41–112.
- Goody J. (1977) *The Domestication of the Savage Mind*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Goody J. (2010) *Myth, Ritual and the Oral*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Greimas A.J. (1966) *Sémantique structurale*, Larousse, Paris.
- Greimas A.J. (1970) *Du sens: essais sémiotiques*, Editions du Seuil, Paris.
- Greimas A.J. (1983) *Du sens II: essais sémiotiques*, Editions du Seuil, Paris.

- Heidegger M. (1950) *Holzwege*, Klostermann, Frankfurt (trad. it. *Sentieri interrotti*, La Nuova Italia, Firenze 1968).
- Lévi-Strauss C. (1962) *La pensée sauvage*, Plon, Paris.
- Lévi-Strauss C. (1966) *Anthropologie structurale*, PUF, Paris.
- Lévy-Bruhl L. (1935) *La Mythologie Primitive*, Alcan, Paris.
- Lincoln B. (1999) *Theorizing Myth*, Chicago University Press, Chicago.
- Lorusso A.M. (2018) *Postverità: Fra reality tv, social media e storytelling*, Laterza, Roma-Bari.
- Malinowski B. (1926) *Myth in Primitive Psychology*, W.W. Norton & Company, New York.
- Maani S. (Leone M.) (2018) *I giga di Gige. L'impatto dell'anonimato nella comunicazione contemporanea*, "RIFL/SFL", 2019: 101-109, <http://www.rifl.unical.it/index.php/rifl/article/view/520>.
- Marino G. (2014) "Keep calm and Do the Harlem Shake: meme, Internet meme e meme musicali", in I. Pezzini e L. Spaziantè (a cura di), *Corpi mediali. Semiotica e contemporaneità*, Edizioni ETS, Pisa, 85-105.
- McLuhan M. (1964) *Understanding Media: The Extensions of Man*, Signet Books, New York.
- Nencioni G. (1976) *Parlato-parlato, parlato-scritto, parlato-recitato*, "Strumenti critici", LX: 1-56.
- Niola M. (2012) *Miti d'oggi*, Bompiani, Milano (Ed. Kindle).
- Ortoleva P. (2019) *Miti a bassa intensità. Racconti, media, vita quotidiana*, Einaudi, Torino (Ed. Kindle).
- Opelz H. (2018) "Thus Spoke Literature", in C. Langlois (a cura di), *Understanding Blanchot, Understanding Modernism*, Bloomsbury Academic, New York, 37-56.
- Otto W.F. (1962) *Mythos und Welt*, Klett, Stuttgart.
- Otto W.F. (1987) *Essais sur le mythe*, Trans-Europe-Repress, Paris.
- Pistolesi E. (2014) "Scritture digitali, in G. Antonelli, M. Motolese e L. Tomasin" (a cura di), *Storia dell'italiano scritto*, vol. III: *Italiano dell'uso*, Carocci, Roma, 349-375.
- Popper K. (1963) *Conjectures and Refutations: The Growth of Scientific Knowledge*, Routledge & Kegan Paul Ltd, London.
- Popper K. (1994) *The Myth of the Framework: In Defence of Science and Rationality*, Routledge, London.
- Shifman L. (2013) *Memes in digital culture*, MIT Press, Cambridge.

- Siganos A. (2005) “Définitions du mythe”, in D. Chauvin, A. Siganos e P. Walter (a cura di), *Questions de Mythocritique: Dictionnaire*, Imago, Paris, 85–100.
- Stano S. (2021) “Beyond Nutrition: Meanings, Narratives, Myths”, in S. Stano e A. Bentley (a cura di), *Food for Thought. Nourishment, Culture, Meaning*, Springer, Cham, 147–158.
- Stano S. (2022) *Il mito tra verità e post-verità*. “RIFL/SFL”, 2022: 204–213.
- Stano S. e M. Leone (a cura di) (in stampa) *Ideologia. Lexia*, 43–44, Aracne, Roma.
- Tylor E.B. (1871) *Primitive Culture. Researches into the Development of Mythology, Religion, Language, Art, and Custom*, Murray, London.
- Wong T.H.W. (2010) *HK Golden Forum: From virtual exchanges to real influence*, tesi, The University of Hong Kong, Hong Kong.

DALL'EMBLEMATICA AGLI INFLUENCER?

L'USO ESTETICO-POLITICO DELL'IMMAGINE E IL MARKETING, DA KANTOROWICZ E ALBERTI ALLA FERRAGNI E MACHIAVELLI

PAOLO HERITIER, Università degli Studi del Piemonte Orientale
e Università degli Studi di Torino

ABSTRACT: *The article links the Kantorowicz's aesthetic and political sovereignty of the artist in the emblematic tradition since Alciato to the role of contemporary influencers. The analysis of an episode of Kurosawa's film Dreams dedicated to van Gogh, compared to Ferragni's photo in the recent visit at the Uffizi Museum, is an occasion to analyze the aesthetic-political nature of the image and the role of myth in communication processes. The article opposes the not-theologized view of perspective according to Panofsky to Arasse's reading. The continuity between letter and spirit, four senses of the Scripture, and perspective, indicates how the normativity of the image persists in the designing of the Italian playhouse and the movie theater all the way to social networks.*

KEYWORDS: *Legal emblems, perspective, influencer, italian playhouse, dark cube.*

I. Sovranità dell'artista ed emblematica: il potere identitario e normativo dell'immagine

Leggenda vuole che emblematica e prospettiva siano legate all'umanesimo e al rinascimento, intesi come momenti di distacco dal medioevo cristiano e di anticipazione di una modernità "laica" (Panofsky 2013). In queste pagine proverò a indicare una linea diversa sul fenomeno normativo dell'immagine e del mito.

Se l'umanesimo è considerato tradizionalmente fenomeno di rottura con l'ordine sistematico medioevale, la ripresa dello studio dei classici e l'attenzione alla retorica e allo stile appare legato all'affermazione dei valori umani indipendentemente da una loro fondazione trascendente e alla celebrazione della *humanitas*, espressa nella bellezza delle creazioni dello spirito umano, le lettere e le arti — riproposizione di istanze esterne all'ambito giuridico (letterarie, filosofiche, estetiche) all'interno del mondo del diritto.

La tesi di Kantorowicz circa la sovranità dell'artista sembra non confermare precisamente questa visione. Egli propone la lettura secondo la quale gli scritti dei giuristi medioevali, glossatori e commentatori del diritto romano e canonico sono stati una delle fonti di ispirazione delle teorie artistiche del Rinascimento (Kantorowicz 1995, p. 17), in relazione a concetti come *ars, imitatio, natura, inventio, fictio, veritas* e *ispirazione divina*. La finzione giuridica si intendeva come creata dall'arte del giurista, e consisteva nella creazione di una *persona ficta*, proprio come lo era la poesia dal poeta. L'estensione della finzione a tecnica di citazione implicita della natura per il legislatore rappresentava dunque l'estensione logica di queste riflessioni ("l'arte imita la natura"). Creatori, e non imitatori, vennero dunque considerati gli artisti, ma anche i legislatori, capaci di creare qualcosa dal nulla (Kantorowicz 1995, p. 31): «l'equiparazione fa il poeta e il re o l'imperatore — ossia fra il poeta e la più alta carica rappresentante l'idea di sovranità — fu attuata già con Dante nel suo riferirsi all'alloro proprio di Cesare e del poeta, e poi resa esplicita dall'incoronazione di Petrarca nel 1341» (Kantorowicz 1995, p. 3) e legata all'idea vitruviana di uomo universale.

Come non possiamo non tornare con la mente a quella massima che traduce l'essenza stessa della sovranità, quel privilegio rivendicato dal papa (e in breve tempo anche dal potere regale), per cui chi siede sul trono ha il diritto di giudicare chiunque, senza che la sua persona sia penalmente perseguibile? Questo potere di giudizio del sovrano venne certamente usurpato da Dante [...] Osserviamo ancora una volta che una prerogativa giuridica spettante *ex officio* ai regnanti è stata trasferita ai veri sovrani del Rinascimento, i poeti e gli artisti, che governavano *ex ingenio* (*ibid.*, p. 37).

Appare per questa via possibile connettere la sovranità dell'artista alla rappresentazione della tradizione emblematica. Se Legendre (1994) ha mostrato recentemente le radici romanistiche e canoniche della tradizione della normatività dell'immagine, e Goodrich (2014) ne ha indicato la connessione con la tradizione di *common law*, è con il *Libro degli Emblemi* del lombardo Andrea Alciato (2009), iniziatore della "cultura giurisprudenza" e del *mos gallicus ius docendi*, che si può far iniziare l'estetica giuridica moderna. La forma alciatea dell'emblema è fornita da un motto che ne enuncia il soggetto, un'immagine che lo visualizza, una descrizione poetica o in prosa, cui più tardi sarà aggiunta una riflessione filosofica, da Pierre Coustau col *Pegma* del 1555 (Goodrich e Hayaert 2015).

Gli emblemi sono quindi massime filosofiche illustrate mediante immagini visive: si tratta di una tecnica comunicativa retorica che mette in moto l'incontro fra due facoltà immaginative, quella di chi parla o scrive e quella di chi ascolta o legge; simbiosi in cui il lettore, non più mero fruitore, diviene invece spettatore attivo. In una simile trasmutazione della forza evocativa e persuasiva della parola nell'attualità della visione, il soggetto narrato si rinnova nella mente di chi lo recepisce e si fa presenza (Gabriele in Alciato 2009, p. xxxix). Questa tecnica retorica è "argomentazione visiva", ripresa di soggetti propri del mito classico che non può essere intesa però, come ritiene Gabriele, per il sommo Alciato, solo uno svago, perseguito con una certa ambizione "poetica": la parola diviene veicolo normativo guidato da un'immagine, a sua volta simbolo autonomo della stessa parola da cui sgorga.

L'emblema tiene così insieme fenomeni economici, religiosi, politici, mediatici: incrosta nell'uomo un segno che gli rammenta quel che lo oltrepassa e lo governa; lo fa entrare in relazione con un simbolo che lo getta dentro una comunità tenuta insieme da quel segno (oggi, ad esempio, un logo, una squadra di calcio, una multinazionale, una nazione). Fenomeni diversi come le bandiere, i marchi, le divise monetarie sono emblemi contemporanei; allo stesso tempo, a un altro livello, i grandi testi tradizionali (la Bibbia, il Corano, i Codici) funzionano come emblemi. Infine, vi sono emblemi viventi: i sovrani tradizionali, ma anche i capi di stato moderni, come il Papa, il Re o la Regina di

Inghilterra, il Presidente della Repubblica francese o italiana. Alla domanda circa cosa tenga insieme la comune funzione emblematica, a un tempo estetica e normativa, di elementi presenti nella società così differenti lo storico del diritto Legendre risponde che essi svolgono una funzione simbolica, in rappresentazione di qualcosa che non è qui, come rappresentazione di un'assenza che è l'*invisibile fondamento del Potere, percepibile esteticamente* (Legendre 1994).

Ne fornisce esempio il singolare emblema di Alciato *Christus fiscus* (Fig. 1), che viene ricondotto da Kantorowicz (1998) alla sua visione della finzione di eternità, posta al centro del cuore del dispositivo teologico-politico del giuridico.



FIGURA II.1. *Christus fiscus*, emblema di A. Alciato.

Fondata su una frase del *Decretum* di Graziano in cui si concludeva una discussione sui tributi dovuti a Dio e Cesare (*Hoc tollit fiscus, quod non accipit Christus* — Quel che non riceve Cristo, lo esige il Fisco, c. 8, CXVI, q.7), poi riprodotta negli *Emblemata* (*Quod non capit Christus, rapit fiscus*) la formula *Christus-fiscus*

sembra quindi semplicemente l'espressione sintetica di uno sviluppo lungo e complesso grazie al quale qualcosa di decisamente secolare e apparentemente "profano" da ogni punto di vista, cristiano o meno, il fisco, venne trasformandosi in qualcosa di "quasi sacro". Il fisco divenne da ultimo un fine in sé. Fu considerato uno dei contrassegni della sovranità e, con un totale capovolgimento dell'ordine originario, poté dirsi che «il fisco rappresenta lo Stato e il principe» (Kantorowicz 1988, p. 162).

Alciato rappresenta quindi iconicamente (e in modo ironico) un motivo analizzato in casi giuridici. La rappresentazione ironica di Alciato che raffigurò il re nell'atto di spremere sino all'ultima goccia una spugna esercitò una influenza mediatica per l'epoca per certi versi paragonabile a quella degli attuali *influencer*, in quanto migliaia di autori pubblicarono in libri analoghi l'emblema, contribuendone a una diffusione in tutte le lingue europee. Assistiamo qui a un procedimento prossimo alla diffusione della celebre immagine della giustizia bendata attribuita a Dürer ne *La nave dei folli* di Sebastian Brant, il cui significato si presta a numerosi cambiamenti di significati nel corso dell'evoluzione storica (dalla denuncia originaria dello stato miserevole dell'amministrazione della giustizia a simbolo della imparzialità illuminista del giudice, a nuovi usi anche ironici).

Il luogo però in cui si può comprendere a un tempo il dispositivo della normatività dell'immagine è la prospettiva, in riferimento in particolare all'opera di Piero della Francesca, indicato da Legendre (2005) nella sua lettura del celebre quadro dell'artista *La flagellazione di Cristo*.

Secondo la nuova visione pittorica, ispirata all'invenzione della prospettiva e propria di Piero della Francesca i volumi architettonici non possono più essere mostrati in parallelo, ma facendoli convergere verso un punto razionale, inteso come di fuga: uno spazio proiettato oltre il quadro, esso viene talvolta rappresentato come *un occhio*. Si tratta della messa in scena della Terza dimensione, del luogo mitico del fondamento, da cui discende idealmente il potere, rappresentato nella sua dimensione, insieme estetica e giuridica, nel momento in cui viene inventata una nuova tecnica, la *prospettiva* che crea una profondità, punto finzionale ideale di convergenza di tutte le linee tramite la finestra albertiana mediante cui "osservare la storia".

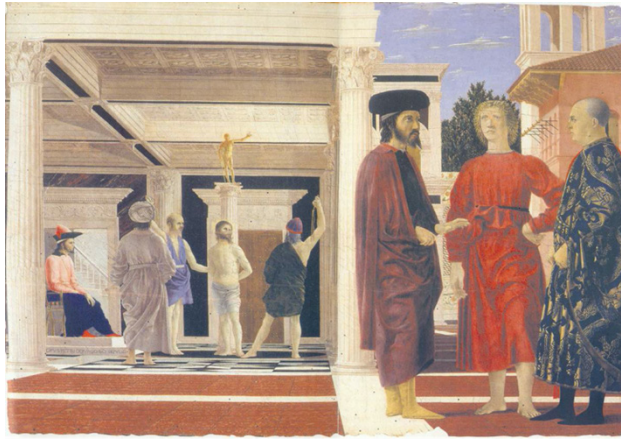


FIGURA II.II. Piero della Francesca, *La flagellazione di Cristo*, 1455–1460.

Secondo Legendre (*ibidem*), Piero dipinge qui una maniera di vedere l'uomo e il mondo: *l'istituzione occidentale dello sguardo*, vale a dire la logica delle due scene che il quadro mostra (la flagellazione di Cristo; il gruppo misterioso dei tre personaggi) e della loro articolazione. Il potere in Occidente agisce come rappresentante di un fondamento la cui esegesi non si può ridurre alla lettera del testo e della storia, occorre postulare un "senso nascosto", a cui si può giungere attraverso un'interpretazione della lettera e della storia.

Le istituzioni e le culture fanno per la società ciò che un quadro come quello dipinto da Piero della Francesca compie per chi lo guarda: infliggono una *finestra*, da Piero... a Microsoft. *I sistemi istituzionali si esprimono e possono essere interpretati anche per vie estetiche*. Viene qui individuato il legame tra estetica e diritto: *come si studia un quadro, così si studia una norma*, che del primo condivide la stessa posizione *funzionalmente* eterna, la medesima *posizione dogmatica*: è questo lo *scenario teatrale e figurale del diritto*. La mediazione tra i due momenti è ermeneutica, interpretativa, ed è ancora legata alla rappresentazione dell'invisibile nel visibile, dello spirito nella lettera della legge.

La nuova tecnica della prospettiva condurrà la civiltà dell'immagine europea, tramite la sala del teatro all'italiana fino a Hollywood e alla signoria estetica americana sul mondo, oggi in discussione sul piano simbolico in relazione alla realtà virtuale e al paradigma

dell'immersione e della visione robotica (Arcagni 2018). Se il quadro è una rappresentazione che unisce realtà e finzione, il dipinto come finestra albertiana “attraverso cui guardare la storia”, come chiarisce Legendre, è già uno schema normativo che ci fornisce una visione della realtà e ci condiziona. Nel quadro, vedo attraverso gli occhi del pittore, che *mi impone il suo sguardo* sulla realtà rappresentata dando conto della normatività dell'immagine legata alla sovranità: «questo altro sguardo (l'artista) fa del mio uno sguardo altro che ha accesso alla finzione. Mediante la via non diretta dell'estetica si accosta così la natura relazionale dell'identità, che postula l'alterità nel cuore stesso del soggetto, sotto le specie della propria immagine» (Legendre 2005, pp. 158–159).

2. **Dagli emblemi agli influencer? Il corpo e il quadro, tra Ferragni e van Gogh**

Estendendo per via metaforica il concetto, da Piero della Francesca a Chiara Ferragni, dalla sovranità dell'artista alla sovranità del consumatore, della pubblicità e infine dell'*influencer*, possiamo comprendere come il dispositivo della sovranità non sia mai stato un fenomeno esclusivamente giuridico o politico, ma abbia sempre dato vita a un sistema di fonti alternative, il sistema dei nomogrammi (Heritier 2014, 2012), che condizionano esteticamente la volontà umana facendola passare, metaforicamente, per lo *sguardo di un altro*, per l'intenzione d'un altro.

Senza voler entrare in polemiche da giornali e social network, qualche differenza dei contenuti dei messaggi, però, tra Piero della Francesca, Alciato e Chiara Ferragni, v'è, elementi che fanno forse anche la differenza tra l'umanesimo medioevale e la contemporaneità. Del resto il paragone tra il genio dell'umanesimo e il genio dell'*influencer*, è stato paradossalmente proposto ai media contemporanei in seguito alla visita realizzata da Chiara Ferragni agli Uffizi⁽¹⁾

(1) Si può trovare facilmente in rete l'immagine della influencer che guarda il pubblico sullo sfondo del quadro della Venere di Botticelli, ad esempio in <https://metropolitanmagazine.it/chiera-ferragni-agli-uffizi/> (consultato il 15 luglio 2022).

e alle polemiche mediatiche, che ha causato un aumento immediato di visitatori per il Museo fiorentino, implicando per altro verso, la denuncia di un ipotizzabile ruolo “politico” delle dichiarazioni della *influencer*, in relazione a recenti dichiarazioni sulla sicurezza a Milano⁽²⁾.

Al di là dei troppo facili giudizi per la decadenza degli italici costumi ai tempi dei social network e dell’era degli *influencer*, quel che rileva normativamente è che il passaggio per lo sguardo di Ferragni ha indotto nei giorni successivi un aumento di coloro che passavano per lo sguardo degli artisti “sovrani”, visitando il museo. Resta forse da chiedersi dal punto di vista dell’estetica giuridica quale sia lo sguardo dotato di maggior “sovrantà” nella visita di chi è *influenzato* dal consiglio normativo pubblicitario di Ferragni, se quello dell’*influencer* o quello del pittore.

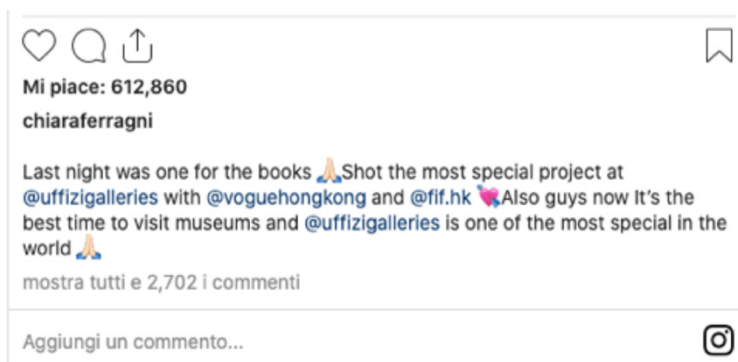


FIGURA II.III. Post della visita di C. Ferragni al Museo degli Uffizi.

(2) Sulle pagine del Caffè di Massimo Gramellini nel «Corriere della Sera» del 22 luglio 2022, dal titolo “Il potere di Chiara”, Gramellini commenta il potere politico della nota influencer, in relazione alle dichiarazioni sull’aumento della criminalità a Milano definita come situazione fuori controllo in relazione alle rapine in case e furti a propri conoscenti: «Stalin si chiedeva quante divisioni avesse il Papa, ma oggi i politici si chiedono quante ne abbia la Ferragni e la risposta è ben più destabilizzante: 27 milioni di follower, tra i quali molti elettori potenziali». In seguito tra replica del sindaco Beppe Sala e successiva dichiarazione conciliante della Ferragni la polemica si è sciolta, ma l’indicazione di Gramellini, tra il serio e il faceto, di una potenziale dimensione politica dei follower è divenuta di dominio pubblico: «Se fossi in Gorgia Meloni comincerei a preoccuparmi: non è poi così sicuro che sarà lei la prima donna a farsi un *selfie* alla scrivania di Palazzo Chigi».

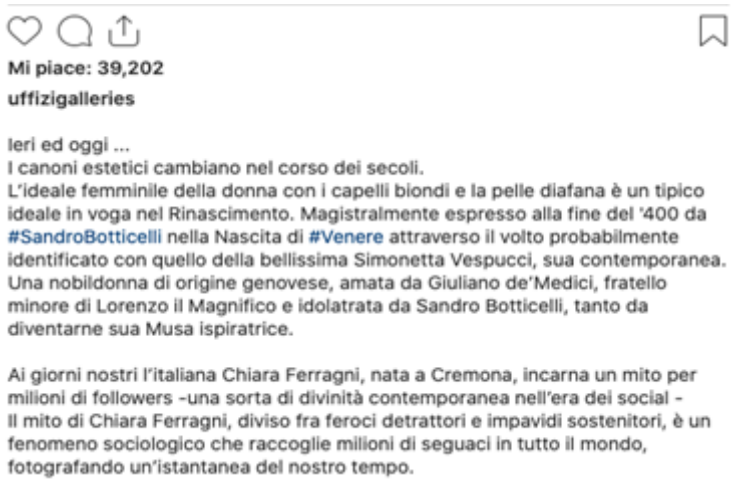


FIGURA II.IV. Post di E. Schmidt in seguito alla visita di C. Ferragni agli Uffizi.

L'interesse estetico giuridico del tema è legato al tenore del post del direttore del Museo, Schmidt, che esagera forse un poco paragonando l'*influencer* alla nobildonna dipinta da Botticelli (l'ideale femminile della donna con i capelli biondi e la pelle diafana), qualificando Ferragni «mito per milioni di followers», poi come «una sorta di divinità nell'era dei social». Innescando così una serie di commenti e di reazioni da ambo le parti dei sostenitori e dei detrattori della nuova divinità «influenzante», tra cui v'è anche quello di chi non ha perso l'occasione di farne una questione di genere. Segnaliamo per curiosità quello di una *digital strategist* e attivista per la parità di genere, che, commentando le certo non condivisibili critiche indirizzate alle caratteristiche fisiche della «diva» a fronte della nobildonna rinascimentale (che non mi sono atardato a leggere), ha sentenziato «Se è una colpa essere donna, giovane e di successo, Chiara Ferragni è colpevole»⁽³⁾. Il tono critico nei confronti degli «intellettuali» sull'episodio è stato seguito anche dall'autrice «pop» di un libro dedicato alla «filosofia» di Chiara Ferragni (Ercoli 2020), per altro moderato nel delineare il fenomeno, che di fronte alle critiche degli intellettuali «apocalittici» mediatici (in cui spero di non rientrare), non esista a chiamare in supporto la libertà di genere:

(3) Isabella Borrelli, <https://www.ninjamarketing.it/2020/07/23/chiara-ferragni-agli-uffizi/> (consultato il 3 marzo 2021).

Libertà di scegliere, quindi. Libertà come emancipazione, innanzitutto, dalla prigione del senso di colpa in cui lo sguardo esterno vorrebbe rinchiodare le donne. E il diritto a questa stessa libertà, tanto sbandierata dal femminismo, deve valere anche per Chiara Ferragni che, come donna emancipata, è libera di disporre delle cose che possiede, è libera di esprimere il proprio pensiero ed è libera di vivere la sua vita come meglio crede. Non basta. Chiara incarna la possibilità per una donna di “inventarsi una professione” senza chiedere la benedizione di qualcuno. Al populismo dell'*influencer* si associa il populismo degli intellettuali che gridano ai nuovi barbari.

Le critiche, in fondo, hanno a che fare con ciò che la società si aspetta dalle ragazze: devono fare le brave bambine, stare nei confini prestabiliti e, quando finalmente mettono al mondo un figlio, fare le brave mamme. Se hanno visibilità mediatica, devono essere utili alla società, rappresentare un modello virtuoso in grado di elevare chiunque ne fruisca. Fai la brava ragazza!

In quest'ottica, il film *Chiara Ferragni Unposted* è un vero *inspirational movie*; potete farcela da sole, non avete bisogno di un uomo per realizzarvi. In un mondo dove c'è ancora un enorme *gender gap* tra gli stipendi degli uomini e delle donne, dove nelle posizioni apicali ci sono spesso solo maschi, le brave ragazze difficilmente diventano imprenditrici. Infine una *excusatio non petita*. «Probabilmente i vostri editori sono contenti perché quando parlate di Chiara Ferragni qualcuno vi ascolta, mentre quando parlate di misticismi vari e sensi della vita non vi caga nessuno!» ha detto Fedez in risposta all'attacco di un filosofo che aveva definito la Ferragni «uno stand con merce da esposizione». Noi — come il logo della *Chiara Ferragni Collection*, — rimaniamo zitti e facciamo l'occholino (Ercoli, 2020, p. 107).

Senza dubbio tutti hanno libertà di scegliere. Il punto interessante in prospettiva estetico–giuridica mi pare, però, differente. Citando sulla rivista anche noi l'occholino cui rinvia Ercoli mi viene in mente un altro celebre occhio–logo: il simbolo dell'occhio alato di Leon Battista Alberti, da accostare *sine summo scelere* al logo dell'occhio di Ferragni come il corpo dell'influencer al quadro di Botticelli? Forse no, sul piano artistico, certamente sì sul piano estetico–politico.

Potremmo semplicemente dire che la differenza tra le ciglia alate del celebre simbolo di Leon Battista Alberti e le ciglia del logo di Ferragni è che nelle prime le ciglia assomigliano a raggi di sole, nella seconda assomigliano più a un pettine; e poi mancano le ali. Forse però le differenze vere sono altre... Verrebbe anche da dire che il commento del direttore degli Uffizi circa «l'ideale femminile della donna con i capelli biondi e la pelle diafana» potrebbe forse non necessariamente sfuggire alle critiche postumane all'umanesimo di altre femministe, che potrebbero (il condizionale è d'obbligo) non necessariamente condividere fino in fondo proprio tutte le parole elogiative verso l'*influencer* di Ercoli e di Schmidt... Per evitare fraintendimenti, non mi pronuncio, non essendo frequentatore dei social network; mi limito solo a rilevare che nel documentario (genere di cui ancora ho qualche possibilità di comprensione generazionale) *Chiara Ferragni — Unposted*, chiosato da Mereghetti per il suo essere presentato al Festival di Venezia come, più che cinema, propaganda, “degnata di Kim-Jong-un”⁽⁴⁾, si trova una definizione di Simone Marchetti, capo redattore di Vanity Fair, che definisce gli influencer “pagine pubblicitarie viventi”: definizione in fondo non poi così lontana da “stand con merce da esposizione” aspramente criticato da Fedez nella citazione sopra riportata.

Ad ogni modo, senza indulgere a inutili polemiche, il mio obiettivo è accennare a elementi di continuità, sia pure davvero solo indicativi in questa sede, tra l'uso dell'immagine nell'emblematica e nei social network⁽⁵⁾. A proposito dei raggi di sole sopra indicati in riferimento all'occhio alato di Alberti, e del ruolo simbolico del sole nelle culture, rinvio al celebre sogno del turista giapponese che entra nei quadri di Van Gogh, alla ricerca appunto del sole come simbolo della natura (Heritier 2003). Nell'episodio “Corvi”, Kurosawa riprende la visita di un turista giapponese al Musée d'Orsay, in cui il turista è ripreso di spalle, mentre osserva il quadro “Il ponte di Langlois” di van Gogh. In un atto di omaggio e di riverenza tipicamente giapponese al pittore, il

(4) https://www.corriere.it/spettacoli/mostra-del-cinema-venezias/cards/venezias-2019-pagelle-mereghetti-chiara-ferragni-sembra-film-propaganda-nordcoreano-voto-inclassificabile/guest-of-honor-voto-6_principale.shtml (consultato il 15 marzo 2021).

(5) Rinvio a una monografia dal titolo *Homo Homini Homo* (Heritier in stampa), in corso di pubblicazione presso l'editore Mimesis, per un'analisi esaustiva su questi temi.

turista guarda e si mette il cappello in mano di fronte al quadro⁽⁶⁾, idealmente al simbolo del sole e all'opera di van Gogh come legame tra spiritualità dell'Oriente e dell'Occidente. La nuova tecnica rappresenta l'immersione nel reale fino a perdersi nella riproduzione dello stesso, fino al tagliare il proprio orecchio da parte dell'artista perché "non veniva bene nel quadro"⁽⁷⁾, fino a confondere, al confine della follia, realtà e rappresentazione. L'episodio del film *Sogni* di Kurosawa immagina quindi l'ingresso nella "realtà" del turista, che "entra" nel quadro e si mette a camminare nei quadri, fino a incontrare il pittore, impersonato da Robert De Niro, che spiega al turista la sua concezione della pittura⁽⁸⁾.

Mi limito a un'osservazione estetico-giuridica sulle due diverse *posizioni* della Ferragni, rappresentata intenta a guardare il pubblico di fronte, con alle spalle il quadro di Botticelli agli Uffizi, e del turista giapponese rispettoso di fronte al quadro di van Gogh al Musée d'Orsay.

La differenza è tra i due atteggiamenti: quello incantato del turista giapponese, inquadrato di spalle con il cappello in mano di fronte al quadro di van Gogh, ad ammirarne il mistero e la magia di fronte all'immersione della natura e negli elementi, contrasta profondamente con quello dell'*influencer* che dà le spalle al quadro botticelliano, divenuto semplicemente lo sfondo pubblicitario dell'analogo concettuale di una sorte di *selfie* (pur se tecnicamente non lo è) in cui a essere in primo piano è (il corpo de) «la divinità dell'era dei social».

Se pensiamo alle due immagini-emblema del Leviatano, frontespizi del libro (riprodotti in Heritier 2012, p. 99 ss.), l'analogia

(6) L'episodio "Corvi" del film *Sogni* è ora visibile anche all'indirizzo <https://www.youtube.com/watch?v=waVscaoDRXg> (consultato il 15 luglio 2022).

(7) Turista giapponese: «Si sente bene? Vedo che si è ferito».

Van Gogh: «Questa? (indicando la benda). Ieri stavo cercando di finire un autoritratto. Non mi veniva bene l'orecchio, così l'ho tagliato e gettato. (Guarda il sole). Il sole mi costringe a dipingere. Non posso perdere tempo parlando con lei».

(8) Turista giapponese: «Voi siete il signor Van Gogh, non è vero?».

Van Gogh: «Eh! (passa un momento) Non dipinge? (passa un altro momento, di fronte a un campo di grano) Questo luogo trascende la realtà. Un paesaggio pittoresco non fa mai un dipinto. Se ti concentri ed osservi tutto nella natura ha la sua bellezza. In quella bellezza naturale, io mi perdo dentro e poi, come in un sogno, il paesaggio si dipinge da solo, per me. Io mi nutro di questo scenario naturale, lo divoro tutto, totalmente e quando ho finito il quadro è davanti a me, completo. Dopo di che ho dentro di me il vuoto assoluto».

estetico-politica appare evidente. In una prima versione, gli uomini di cui è composto il corpo del Leviatano sono ritratti di spalle entro il corpo, nell'atto di delegare il proprio potere al Sovrano assoluto. In una seconda versione, invece, il corpo del Leviatano è composto da volti che guardano verso l'esterno, verso chi osserva l'immagine, a indicare come gli uomini siano ormai entrati nell'ambito del Corpus dello Stato Assoluto e agiscano come suoi organi. Ferragni sembra "usare" l'immagine del Botticelli per porre in primo piano il proprio corpo, il proprio ruolo, mentre il turista giapponese pone al centro il quadro, l'artista. La prospettiva fra corpo di chi osserva e quadro è completamente ribaltata nelle due attitudini verso l'immagine, fra l'*influencer* e il turista giapponese.

Se l'atto di omaggio del turista giapponese riprodotto da Kurosawa a van Gogh è visivamente di altra rilevanza rispetto a quello di Ferragni a Botticelli, il direttore degli Uffizi non sarà stato, però, del tutto insoddisfatto del modo di veicolare la cultura a un pubblico di giovani rispetto al "marketing" degli Uffizi — polemiche che pur però hanno avuto un qualche ritorno, quanto agli effetti di visitatori (+ 761 visitatori sotto i 25 anni, il 27% in più rispetto ai 2839 del weekend precedente, con 600000 like su Instagram) e notevoli guadagni anche nella strategia del Museo di conquistare come Museo Internazionale una posizione di leader nel "mercato" giovanile di Tik Tok. Come potrebbe forse commentare la Ercoli, nel linguaggio della Ferragni «non c'è spazio per la critica e il negativo: i commenti sono sempre positivi (tutto è *super cute*), tautologici (è bello perché è bello), auto evidenti (è bello perché lo sto indossando)» (Ercoli 2020, p. 30). L'autrice raggiunge peraltro l'estetica giuridica, riprendendo il commento di Marchetti: «Chiara Ferragni, d'altronde, non sponsorizza il brand. È il brand. La marca è tutt'uno con il corpo, non c'è alcuna distinzione... Chiara Ferragni machine. Il corpo deve assomigliare a una macchina perfetta. Un corpo simulacro più perfetto dell'umano, senza organi, senza difetti e senza odori». Anche l'*influencer*, in fondo, come il *Leviatano* di Hobbes,

deve la sua nascita a un patto stipulato con i follower. Un patto fiduciario. I fan vanno coinvolti e gratificati («il primo che mette like lo seguo su Instagram»), ascoltati ("vi leggo sempre", "siete adorabili") e, ogni

tanto, ripostati («condivido la storia di x che mi ha fatto piangere») [...] il coinvolgimento attivo si costruisce nel tempo, rimane saldo al di là del passare delle mode. Seguo perché mi fido (*ibid.*, pp. 53, 59).

Secondo i critici,

tutto sarebbe pilotato dagli esperti di comunicazione: bisogna saper cambiare *topic* quando il *trend* d'elemento cambia; bisogna occuparsi dell'argomento che monopolizza l'attenzione del pubblico e accordarsi al sentire comune. Tutto già stabilito dalla *Sentiment Analysis* che studia statisticamente le opinioni e le emozioni espresse on line e, tramite questo monitoraggio continuo del sentire comune, consente ai brand di sintonizzarsi sulle sequenze giuste per toccare le corde emotive del pubblico (*ibid.*, p. 10).

Riva, nel libro dedicato a selfie e narcisismo nella costruzione dell'identità, qualifica l'atteggiamento come *self-empowerment* e osserva: «Chiara ha messo in pratica il principio che abbiamo visto prima: se una rete sociale ci considera dei personaggi, e ci comportiamo come dei personaggi, lo diventiamo davvero. Ha voluto essere una fashion blogger e lo è diventata convincendo la sua rete, le persone che la seguivano già per i suoi selfie carini e spiritosi, che lo fosse» (Riva 2016, p. 105), precisando però come questo sia reso più facile dalla mancanza, tra i suoi fan, di voci critiche: elemento che favorisce l'autostima. Come nota Ercoli, «se esiste uno “spirito del tempo”... sicuramente Chiara Ferragni ne è una declinazione» (Ercoli 2020, p. 18). Anche se forse qualche turista giapponese in più non farebbe poi così male.

Assolutamente nulla di nuovo, però, mi pare, se non il modo: il regista Wim Wenders scriveva nel 1984 a proposito della televisione americana:

Bisogna inventare immagini sempre più plateali,
che superino le precedenti.
E si smarrisce lo sguardo per le cose semplici: per la natura.
Quasi che la natura possa esistere solo in veste di parco
(in effetti non c'è sito senza che non si sia installato

un parco, che fa della natura
una nuova Disneyland),
in tutti i grandi parchi naturali vengono indicati da cartelli
tutti i punti in cui si gode una bella vista,
dove vale la pena di fotografare.
Le inquadrature per le foto sono già bell'e pronte,
affinché milioni di persone possano scattare le loro immagini
che confermano l'immagine che viene già offerta.

Identico discorso per la Televisione Americana,
con le immagini del mondo per i suoi telespettatori.

IL POTERE DELL'IMMAGINE:
IL POTERE DELLA CONFERMA.
LA CONFERMA DEL POTERE.

...Due parole molto simili
VOR-FÜHREN (mostrare/proiettare)
VER-FÜHREN (sedurre)
In entrambe c'è il "führen", il "guidare".
LASCIARSI GUIDARE
Come forma passiva del verbo attivo VEDERE
(Wenders 1989, p. 124, Heritier 2009, p. 60).

3. Il visibile e l'invisibile nella costruzione normativa/mediatica dello sguardo

Non ci si deve dunque stupire che la cattura "normativa" dello sguardo sia oggetto solo dei media contemporanei e degli *influencer*. La continuità tra il dispositivo della costruzione della prospettiva e la *mise en scène* teatrale, cinematografica, ma anche della sala delle udienze in tribunale e dell'aula universitaria, rispondono a un dispositivo architettonico e normativo che si fonda ancora sulla costruzione dello sguardo pensata da Alberti. Come nota Pedullà, quel particolare edificio per le rappresentazioni «con i suoi rigorosi principi prospettici, la rigida separazione

tra palco e platea e l'inquadramento degli attori nella scatola scenica» (Pedullà 2008, p. 66) costituisce tuttora il tipo più diffuso di istituzione teatrale. Questa frase descriveva forse — in quella che ormai possiamo definire un'altra epoca, dal momento che il decennio 2010–2020 ha visto l'affermarsi del “capitalismo digitale della sorveglianza” (Zuboff 2019) e la “rivoluzione” COVID — la sala cinematografica, che condivideva molti aspetti della sala teatrale all'italiana come dispositivo di cattura dello sguardo. Qualche cenno conclusivo può quindi essere tratto su questa storia dei dispositivi visivi in un'ottica che tiene insieme nascita della prospettiva ed evoluzione della sala teatrale e cinematografica, tenendo conto però, che ci si potrebbe spingere ancora più in là, individuando una continuità tra distinzione ermeneutica tra lettera e spirito, ermeneutica dei quattro sensi biblici e prospettiva⁽⁹⁾.

L'invenzione della sala di teatro all'italiana intorno al sedicesimo secolo segue idealmente l'invenzione della prospettiva e rappresenta, nella lettura di Pedullà, il tentativo di fornire una risposta alla paura di non riuscire a riattivare il dispositivo della macchina drammaturgica della tragedia classica, ormai confinato nella lettura silenziosa, individuale. Oggi, di fronte alla crisi della sala teatrale e cinematografica nell'epoca dei telefonini e dei social network, siamo esposti a una simile paura. Anche nelle università on line post-Covid, si ha a volte la sensazione di riassaporare la fase iniziale del cinema, in cui gli spettatori, non ancora convinti di assistere a un rito, si intrattenevano con immagini in movimento che facevano solo da sfondo, mentre erano intenti a bere o mangiare o conversare. Persino i messaggi pubblicitari delle multinazionali, però, con la forza orientativa del comportamento dei consumatori che vorrebbero veicolare, sono oggi paradossalmente confrontati con un problema simile a questo dei professori: quello di attivare un'attenzione minimale di fronte al suo decrescere in un contesto di un bombardamento continuo di messaggi, che si rivolgono a utenti forse ormai troppo distratti persino per esserne davvero influenzati. Di qui la necessità di escogitare sistemi sempre più sofisticati di estrazione dei dati, volti a profilare i comportamenti (Zuboff 2019) tramite i social network e a individualizzare le offerte pubblicitarie:

(9) Rinvio nuovamente per questa tesi alla monografia dal titolo *Homo Homini Homo* (Heritier in stampa).

fino a concepire futuribili e mitizzati dispositivi immersivi a 360° in grado di entrare ancora più dentro la mente, dal fallito progetto dei Google glass, ai prossimi Apple glass annunciati sul mercato in un paio di anni e del Metaverso, in attesa della sfida “finale” à la Musk della penetrazione fisica e transumana nel cervello dello spettatore tramite un qualche avveniristico marchingegno in grado di “dialogare” direttamente a livello neuronale.

Gli umanisti del Rinascimento, dal canto loro, erano indubbiamente mossi dalla fiducia nella capacità degli edifici di influenzare le reazioni del pubblico, per ricreare l'esperienza “globale” del teatro greco-romano, con la sua tragedia e la sua commedia. Cercavano dunque uno scenario architettonico e teatrale per veicolare il ritorno alla classicità: «Il testo non basta; gli attori non bastano; i macchinari non bastano; la musica non basta. Alla finzione scenica serve qualcosa in più e la speranza degli uomini di teatro del Cinquecento è che questo qualcosa possa venire proprio da un edificio concepito come grande macchina spettacolare per vincere le resistenze del pubblico» (Pedullà 2008, p. 91; cfr. Rico 1998). L'occhio alato albertiano, per così dire, viene qui infatti, a seguito di Kantorowicz, Legendre e Goodrich, posto *visivamente* in rapporto con l'occhio dello spirito posto prima della legge. L'occhio posto nel petto del sovrano, come sede ideale della coscienza e del cuore (Heritier 2012) esprime la teologia politica dell'immagine di cui il diritto si nutre da sempre, ove la visione è mediata e manipolata: «L'occhio dello spirito, l'occhio interiore ha precedenza sull'esteriore proprio come nel *common law* è la legge non scritta — costume e usi da tempi immemori, la legge naturale e di Dio — che ha precedenza sulla *ratio scripta*, il diritto scritto, vale a dire la legislazione» (Goodrich 2014, pp. 16–18).

Si tratta di capire come questo occhio “interno” sia, dal punto di vista teologico-politico, riferibile “allo stesso occhio” posto idealmente al vertice del punto di fuga posto oltre il quadro, in cui convergono tutte le linee che consentono la rappresentazione prospettica (Evans 1995, p. 131; Legendre 2005, p. 147). Determinare il senso simbolico della prospettiva lineare, dunque, è una questione che si può porre soltanto dal momento in cui si diventa consapevoli della relatività di quel sistema di rappresentazione, intrinsecamente connesso alla moderna

civiltà occidentale. Se il sistema “albertiano” appare logico, “vero”, di fatto esso si fonda su una serie di convenzioni: presuppone uno spettatore immobile, con un unico occhio, posto al centro della scena immaginata; come se non bastasse, nega anche la realtà fisica della visione. Viene inventata una prospettiva arbitraria la cui fortuna si deve al fatto che essa permetteva di costruire un’immagine che soddisfaceva le preferenze della società contemporanea: forma “simbolica” veicolante un senso implicito di ordine insieme filosofico e sociale (Arasse 2019, pp. 180–181).

Che tra prospettiva e teoria dello Stato vi sia un nesso lo si può evincere dall’analisi del rapporto tra il *De Pictura* di Alberti e *Il Principe* di Machiavelli operato da Mazzotta, secondo cui il *De Pictura* sta all’età moderna come la *Repubblica* di Platone a quella classica:

Nel caso di Machiavelli la teoria prospettica risulta applicata in senso strettamente politico. [...] Machiavelli concepisce la politica come una rappresentazione teatrale. Pertanto, se il principe deve agire in modo tale da imprimere al corso degli eventi la direzione che egli desidera, risulta necessario concepire il mondo come il teatro in cui i suoi desideri si trasformano in realtà. A mio avviso, proprio questa concezione teatrale del potere e delle sue implicazioni costituisce l’aspetto più importante della teoria politica sviluppata nel *Principe* (Mazzotta 2008, pp. 49–57).

Il parallelo tra sviluppo della matrice politica della concezione artistica della prospettiva, del teatro e della teoria dello Stato “come opera d’arte”, individuata da Burckhardt e seguita da Panofsky, indica la vicinanza tra la *rappresentazione artificiale del reale nella pittura e nella polis*. Goodrich indica come la sala d’udienza costituisca anch’essa una sala emblematica (*emblematic cube*), riconnettendola così al quadro delineato dall’evoluzione della sala teatrale all’italiana alla sala cinematografica (Goodrich e Hayaert 2015, p. 28). Tutti i processi educativi richiedono una dose irrinunciabile di costrizione e neppure la sala all’italiana e la sua figlia naturale, la sala cinematografica, hanno fatto eccezione a questo principio: «il cubo opaco è stato forse l’ultimo erede di quel “sogno dell’umanesimo” che aveva visto dell’invenzione della sala

all'italiana un tassello privilegiato del progetto di restaurare e diffondere tra i moderni lo stile di vita degli antichi» (Pedullà 2008, p. 109). Utopia di rifondazione integrale dell'uomo mediante una nuova disciplina delle emozioni, il cinema si trovava di colpo a diffondere ancora una volta tale struttura.

Se oggi (ieri), i tratti vincolanti dell'esperienza del cubo opaco sono la netta separazione della sala dal mondo esterno, le tenebre artificiali quasi assolute, l'immobilità e il silenzio dello spettatore, le grandi dimensioni dello schermo, infine, la natura collettiva dell'esperienza cinematografica, lo standard cinematografico della sala ha impiegato tempo a imporsi. Sono state scartate soluzioni alternative, ove gli spettatori non erano vincolati, ma ad esempio seduti a tavola, intenti anche a far altro oltre che ad assistere allo spettacolo. Analoga è oggi la battaglia sulla fruizione delle immagini pubblicitarie, ove il proliferare degli schermi nelle stazioni metropolitane, negli aeroporti, in piazze come Times Square — ma soprattutto sullo schermo dei telefonini e sui social network, in attesa della realtà virtuale e XR — hanno contribuito a *privatizzare* l'uso delle immagini in movimento, annullandone in parte la dimensione rituale collettiva della fruizione in comune. La crisi del cinema non è che «una delle mille incarnazioni della più generalizzata crisi delle istituzioni pedagogiche e dell'autorità (la Famiglia, la Scuola, l'Università, la Critica...) nel mondo contemporaneo» (*ibid.*, p. 130) legata alla conversione dello sguardo attento e concentrato (*gaze*) in semplice occhiata superficiale e distratta (*glance*) caratterizzante l'esperienza contemporanea.

La normatività delle immagini non è, però, fenomeno solo patologico: occorre provare a uscire dall'opposizione sterile tra detrattori radicali dell'immagine in movimento e suoi acritici acclamatori. L'elemento centrale nell'analizzare la “finestra” è allora il lavoro del *fuori campo*, di quel che *non è visibile* all'interno di quel che si dà (normativamente) a vedere, in quanto imposto dal pittore (o dal regista). *Il non visibile è essenziale per far vedere “veramente”*. *La totale visibilità è sempre già pornografica*. Pedullà stigmatizza il diffondersi della cosiddetta “estetica dello squalo”: la necessità di aumentare sempre più la sollecitazione emotiva e il ritmo delle immagini per catturare l'attenzione/desiderio dello spettatore, propria dei media, e anche del cinema (fino a Tik Tok).

Basandosi sul principio per il quale mostrare uno squalo che attacca o una pin up nuda o un bambino in fasce fa istintivamente dilatare la pupilla a pubblici (mercati) diversi concentrandone l'attenzione, in quanto suscita istintivamente reazioni animali nello spettatore *prima* ancora che esso si renda conto della natura fittizia dello stimolo suscitato — rispettivamente predatorio, sessuale, materno — tale principio motiva tuttavia le azioni dei pubblicitari in ogni contesto mediatico e pubblicitario. Ispira molte bulimie mediatiche e di social network del soggetto contemporaneo.

All'estetica dello squalo occorre forse allora contrapporre una poetica del fuori campo. Se per Deleuze l'inquadratura è una limitazione dello spazio, nel cinema resta avvertibile la presenza del fuori campo, che «rinvia a quanto non si sente né si vede, ed è tuttavia perfettamente presente» (Deleuze 1984, 29). Si introduce qui il tema della rappresentazione dell'invisibile nel visibile (da Piero fino al cinema di Wenders), l'impedire che tutto sia visibile nel processo di comunicazione iconica, chiuso all'interno del sistema rappresentato: nel cinema come immagine in movimento il fuori campo ha un aspetto relativo, mediante il quale si rinvia all'immaginario, e questo immaginario solo evocato può a sua volta essere reintrodotta nell'inquadratura, generando così un nuovo fuori campo, e così via, all'infinito. Contro la lettura secolarizzante e "tedesca" della prospettiva di Panofsky, Arasse, a partire dalla lettura fornita di due Annunciazioni dipinte da Piero a Perugia e ad Arezzo, fonda la prospettiva invece su una concezione dell'uomo come misura, in cui la storia della prospettiva, almeno in Italia e non tra i fiamminghi, si lega al contenuto dell'Annunciazione. Il problema artistico che Arasse formula è dunque il rapporto tra *visibile e invisibile*:

se l'Annunciazione, proprio in quanto porta con sé l'evento dell'Incarnazione, è il momento in cui l'Incommensurabile entra nella misura in che modo ha potuto la prospettiva, "forma simbolica" di un mondo commensurabile, rendere visibile questo ingresso (latente) dell'Irraffigurabile nella figura? Non sarebbe più logico pensare che essa avrebbe impedito ai pittori di raffigurare l'Incarnazione, invisibilmente presente al cuore dell'Annunciazione? (Arasse 2009, p. 21).

La tesi proposta da Arasse è che un piccolo numero di pittori, tra cui Piero della Francesca, abbiano utilizzato la prospettiva proprio per rendere visibile l'ingresso dell'incommensurabile nella misura grazie a un "intimo e irriducibile scarto" interno al dispositivo stesso⁽¹⁰⁾.

Si comprende quindi come la prospettiva potesse essere intesa come forma di propaganda. Secondo Belting, l'odierna globalizzazione della prospettiva, coadiuvata dal marchio occidentale impresso in tutto il mondo da media televisivi e stampa

ha una lunga storia pregressa nella colonizzazione di altre regioni del pianeta e nell'attività missionaria a favore del cristianesimo. In tale forma violenta di esportazione la prospettiva fu imposta ad altre culture, prevaricando sulle loro consuetudini visive... Padre Alessandro Valignano, il superiore di Ricci a Roma, fece esplicitamente pressione sul suo sottoposto affinché gli artisti cinesi apprendessero la prospettiva lineare, da ultimo decise, tuttavia, che ciò dovesse avvenire in Giappone (Belting 2010, p. 54).

Guardare attraverso la lente della prospettiva significa guardare il mondo *anche* con occhi cristiani, contrariamente a quanto riteneva Panofsky opponendo medioevo e umanesimo. La lettura della particolare struttura paradossale dell'uso della prospettiva nel suo legame con l'Annunciazione di Piero della Francesca lo conferma, nel suo legame con l'ermeneutica dei quattro sensi biblici, ridotta, in ambito giuridico, alla semplice opposizione tra la lettera e lo spirito. Quel che l'emblematica giuridica compie è il riconoscimento della *rilevanza estetico giuridica* di quel dispositivo a un tempo ermeneutico (la lettera e lo spirito della legge) e architettonico (la costruzione della sala — teatrale, cinematografica, del processo, dell'università) su cui ancora si costituisce la raffigurazione della sovranità dell'artista, del giurista, del professore, nella tradizione occidentale.

(10) Rinvio ancora al già citato Heritier (in stampa) per questa analisi.

Riferimenti bibliografici

- Alciato A. (2009) *Il libro degli emblemi secondo le edizioni del 1531 e del 1534*, Adelphi, Milano.
- Arasse D. (2009) *L'Annunciazione italiana. Una storia della prospettiva* (1999), Volo, Firenze.
- Arcagni S. (2018) *L'occhio della macchina*, Einaudi, Torino.
- Belting H. (2011) *Antropologia delle immagini*, Carocci, Roma.
- Bonnefoy Y. (2005) “La strategia dell'enigma. Piero della Francesca e la Flagellazione di Cristo”, in *La civiltà delle immagini, Pittori e poeti d'Italia*, Donzelli, Roma, 15–42.
- Braidotti R. (2014) *Il postumano. La vita oltre l'individuo, oltre la specie, oltre la morte*, Deriveapprodi, Roma.
- Deleuze G. (1984) *Cinema 1. L'immagine movimento*, Ubu libri, Milano.
- Ercoli L. (2020) *Chiara Ferragni — Filosofia di un influencer*, Il Melangolo, Genova.
- Evans R. (1995) *The Projective Cast. Architecture and Its Three geometries*, The MIT Press, Cambridge–Mass–London.
- Goodrich P. (2014) *Legal Emblems and the Art of Law, Obiter Depicta as the Vision of Governance*, Cambridge UK, Cambridge University Press.
- Goodrich P. e V. Hayaert (a cura di) (2015) *Genealogies of Legal Vision*, Routledge, Abingdon, Oxford–New York.
- Heritier P. (2003) *Urbe Internet*, vol. 1 *La rete figurale del diritto. Materiali per un ipertesto didattico*, Giappichelli, Torino.
- Heritier P. (2009) *Società post-hitleriane? Urbe–Internet*, vol. 2 — *Materiali didattici di estetica giuridica*, Giappichelli, Torino.
- Heritier P. (2012a) *Estetica giuridica*, vol. 2 — *A partire da Legendre. Il fondamento finzionale del diritto positivo*, Giappichelli, Torino.
- Heritier P. (2012b), “La regalità antropocentrica. Elementi per una lettura estetico-giuridica del De Monarchia”, in E. Ardissino (a cura di), *Dante: filosofia e poesia della giustizia*, Mimesis, Milano, 25–41.
- Heritier P. (2014) *Law and Image: Toward a Theory of Nomograms*. in A. Wagner, R.K. Sherwin, *Law, Culture and Visual Studies*, Springer, Dordrecht–Boston, 25–48.
- Kantorowicz E. (1988) *I due corpi del Re. L'idea di regalità nella teologia politica medioevale*, Einaudi, Torino.

- Kantorowicz E. (1995) *La sovranità dell'artista. Mito e immagine tra Medioevo e Rinascimento*, Marsilio, Venezia.
- Legendre P. (1994) *Leçons III. Dieu au miroir. Étude sur l'institution des images*, Fayard, Paris.
- Legendre P. (2005) *Della società come testo. Lineamenti di un'antropologia dogmatica*, Giappichelli, Torino.
- Mazzotta G. (2008) *Cosmopoiesis. Il progetto del Rinascimento*, Sellerio, Palermo.
- Mereghetti P. (2019) *Chiara Ferragni — Unposted — Voto: inclassificabile*, https://www.corriere.it/spettacoli/mostra-del-cinema-venezias/cards/venezias-2019-pagelle-mereghetti-chiara-ferragni-sembra-film-propaganda-nordcoreano-voto-inclassificabile/guest-of-honor-voto-6_principale.shtml, consultato il 15 marzo 2021.
- Panofsky E. (2013) *La prospettiva come forma simbolica*, Abscondita, Milano.
- Pedullà G. (2008) *In piena luce. I nuovi spettatori e il sistema delle arti*, Bompiani, Milano.
- Perelman C. e L. Olbrechts Tyteca (1982), *Trattato dell'argomentazione. La nuova retorica*, Einaudi, Torino.
- Rico F. (1998) *Il sogno dell'umanesimo*, Einaudi, Torino.
- Riva G. (2016) *Selfie. Naricisismo e identità*, Il Mulino, Bologna.
- Sherwin R. (2011) *Visualizing Law in the Age of Digital Baroque. Arabesques and Entanglements*, London and New York, Routledge.
- Siniscalchi G. (2017) *Barocco giuridico. Osservatori, osservanti, spettatori*, Franco Angeli, Milano.
- Wenders W. (1989) *Stanotte vorrei parlare con l'angelo*, Ubulibri, Milano.
- Wenders W. (1992) *L'atto di vedere*, Ubulibri, Milano.
- Zuboff S. (2019) *Il capitalismo della sorveglianza*, Luiss University Press, Roma.

Filmografia

- Amoruso, E. (2019), *Chiara Ferragni — Unposted*, Italia, 85'.
- Kurosawa, A. (1990), *夢 / Yume* (trad. it. *Sogni*), Giappone, 119'.

DETERMINAZIONE E REINCANTO TECNOLOGICO

IL MITO DELL'INNOVAZIONE E LA TRASCENDENZA DEL DATO

FEDERICO BIGGIO, Université Paris 8

ABSTRACT: *Can technological innovation be conceived as a cultural myth whose semiotic value lies in “determination”? And can it be seen as a deterministic process able to drive experiences and imaginaries, in a theological and not only in a technological sense? If we consider the field of media studies as well as the sociology of cyberspace religions, it is possible to detect more than one path oriented to discover the “spiritual attitudes” that the human-machine interaction process enables. In order to define the myth of technological innovation, the article combines theories on media and technological innovation with approaches in digital spirituality, paying particular attention to the theological values associated with data computation.*

KEYWORDS: *Determination, technology, spirituality, innovation, newness.*

1. Sul carattere teologico della determinazione tecnologica

L'espressione “nuovo media” veicola una serie di problematicità, in quanto “nuovo” è un termine indessicale il cui valore cambia da un periodo storico all'altro, e quelli che oggi chiamiamo nuovi media (come la VR, l'AR e l'AI⁽¹⁾), anche solo vent'anni fa, all'epoca dell'ascesa dei

(1) Virtual Reality, Augmented Reality, Artificial Intelligence.

social network e del Web 2.0, erano semplicemente inimmaginabili. Di questi media, infatti, si parlava quasi esclusivamente nella letteratura e nel cinema di fantascienza, oltre che in qualche laboratorio accademico impegnato nella ricerca sulle nuove frontiere dell'interazione uomo-macchina. Non essendo ancora penetrati nel mercato "consumer", si collocavano alla periferia della "mediasfera"⁽²⁾. Ad ogni modo, il regime aspettuale configurato dalla letteratura e dal cinema di fantascienza ha nutrito, negli anni, un immaginario mitico di questi e altri "media innovativi", cioè di quei mezzi di cui ancora non si può fare esperienza diretta perché non presenti sul mercato⁽³⁾.

Ma l'espressione "nuovo media" non è solo problematica per una ragione storica; l'innovazione tecnologica fa riferimento a un immaginario che presuppone lo sviluppo inarrestabile (quasi "trascendentale") della tecnologia verso la frontiera della singolarità. Tale presupposizione è di norma associata a posizioni deterministiche, che non solo fanno apparire l'innovazione tecnologica come innaturale e programmata, ma fanno sì che il medium determini il messaggio/contenuto⁽⁴⁾, o almeno che ne influenzi fortemente il contenuto — il quale non sembrerebbe pertanto poter "resistere" all'innovazione tecnologica⁽⁵⁾.

L'argomento del determinismo tecnologico ha spesso interessato i semiologi e gli umanisti in generale. Secondo Ugo Volli (1997) non c'è alcuna ragione per sostenere che stiamo vivendo un momento epocale di svolta rivoluzionaria acuta in cui tutta la società cambierebbe improvvisamente, per ripartire poi in una direzione completamente nuova. Piuttosto, stiamo vivendo un cambiamento che, se non continuo, va

(2) Non è pertinente, in questa sede, ripercorrere la storia, seppur breve, dei tre "nuovi media" citati. Quanto all'immaginario culturale che li ha anticipati, i riferimenti spesso muovono dalle opere di William Gibson (1984), Neal Stephenson (1992) e Vernor Vinge (2006), cioè dalla letteratura (ma anche dal cinema) science-fiction.

(3) Il racconto di fantascienza e il discorso dell'innovazione tecnologica sono sempre stati correlati: laddove il primo propone una lettura critica del secondo, il secondo realizza euforicamente le previsioni del primo (cfr. Natale e Balbi 2019).

(4) Il riferimento non è solo a McLuhan (1964), ma anche alle teorie behavioriste degli anni 70 (cfr. Lasswell 1968), per cui un'ottimale costruzione del messaggio comunicativo assicura certi risultati e conseguenze all'interno di un contesto empirico.

(5) È la problematica della tesi deterministica per cui "il medium è il messaggio"; ovviamente questo è un tema centrale per il design della comunicazione transmediale, che è ancora un prodotto semi-automatizzato (da logiche di mercato, da medium).

certamente inteso come «progressivo, distribuito su molti livelli, in via di accelerazione» (*ibidem*). In questo senso, la “determinazione tecnologica” interesserebbe un contesto *dinamico*, più che *rivoluzionario*: «il nuovo insomma non emerge di solito semplicemente con la crescita e la diffusione delle tecnologie esistenti, ma con nuovi materiali, nuove tecniche, nuovi strumenti» (*ibid.*, p. 2). In questo senso, Rushkoff (2002), in modo meno perentorio, ha affermato che la cultura digitale può essere “marginalmente rivoluzionaria”, nel senso che è caratterizzata da ciò che molti hanno chiamato “pensare fuori dagli schemi” o “pensiero laterale”, indicando una volontà di sfidare le convenzioni e considerare le meta-narrazioni, il carattere *disruptive*⁽⁶⁾.

Nonostante l’eterogeneità delle posizioni deterministiche o anti-deterministiche sui nuovi media, è possibile intravedere alcuni elementi di continuità che le accomunano. In particolare, ciò che proponiamo in questa sede è di considerare la connessione fra determinismo tecnologico e trascendenza religiosa: questa non è rara, come vedremo, nella critica dei media e dell’innovazione digitale. Seguendola, è possibile indagare la componente mitica che sopravvive all’interno dell’immaginario anche di fronte alla consolidata razionalità dei media computazionali.

In primo luogo, tale componente mitica si configura spesso nella canonica opposizione fra apocalittici e integrati (Eco 1964), tecno-entusiasti e tecno-fobici, divenendo al contempo archetipo dell’immaginario e figura simbolica. Winner (1997, p. 997) ha descritto l’opposizione fra ottimisti e pessimisti attraverso le ideologie semiotiche delle storie dei media, per cui da un lato si collocano coloro che credono che i

(6) L’innovazione tecnologica diviene in simile prospettiva una pratica standardizzata, appena inizia ad automatizzarsi anch’essa. A questo proposito, Wendy Chun ha dedicato un libro alla questione dell’aggiornamento (*update*): i nuovi media, se sono nuovi, sono nuovi in quanto “rinnovati”, ma con gli “steroidi”, perché chiedono e necessitano costantemente di essere aggiornati; sono nuovi nella misura in cui vengono aggiornati (Chun 2002: 2). La visione dell’autrice non è ottimistica, in quanto i nuovi media vivono e muoiono grazie all’aggiornamento: la fine dell’aggiornamento coincide con la fine dell’oggetto, ma anche l’aggiornamento coincide con la continua destabilizzazione degli abiti (nel senso attribuitogli da Bourdieu 1972) dell’utente. Quanto alla determinazione tecnica, la tesi di Chun è centrale anche per circoscrivere la determinazione che l’aggiornamento continuo del medium porta all’esperienza fattuale di interazione utente-macchina. L’aggiornamento ricorsivo porta allo sviluppo di un feticismo collettivo che va anche oltre il desiderio di possessione oggettuale, interessando anche l’informazione, come nel caso della “f.o.m.o.” (*fear of missing out*).

media attraversano stadi di crescita, o stadi di sviluppo, legati alla progressiva sofisticazione tecnologica e all'integrazione sociale, e dall'altro coloro che si concentrano sui costi umani e ambientali del rapido sviluppo tecnologico (come emerge, ad esempio, ne *La società tecnologica* di Jacques Ellul (1954), *L'uomo a una dimensione* di Herbert Marcuse (1967) e *Il Mito della macchina* di Lewis Mumford (1967)). In questo senso, con l'espressione "nuovo medium" si descrive un *discorso su* un medium — un dispositivo, un tipo di esperienza, un sistema linguistico — che funziona in senso meta-linguistico, e il cui messaggio o contenuto risiede nel valore euforico/disforico associato ai processi di progresso/innovazione tecnologica che accompagnano il suo ingresso nella cultura. Anche Bauwens (1996) ha offerto una lettura sul tema dalla prospettiva degli studi sulle religioni digitali, ricorrendo all'uso dell'opposizione "pessimisti/ottimisti" per descrivere le ideologie semiotiche dell'innovazione tecnologica: il suo discorso sottolinea le *attitudini spirituali* emerse con la rivoluzione digitale, le quali possono articolarsi sia in modo pessimistico (coloro che pensano alla tecnologia come una pratica degenerata), sia in modo ottimistico (come un mezzo per portare l'umanità a un livello superiore di coscienza o a una civiltà più sviluppata).

La stessa prospettiva sembra infine essere condivisa dalla mediologia di Debray (1996), che concepisce l'ecologia delle mediazioni tecno-sociali come un ambiente ibrido in cui il sociale e il tecnico si incontrano e si mescolano come in una "realtà transazionale" e in cui, grazie alla comunicazione dell'informazione e alla trasmissione della cultura, lo spirito si materializza nella tecnologia nello stesso momento in cui il sociale si organizza nella società e si riproduce nella storia. Seguendo lo studioso, in mediologia il termine "medium" non sarebbe da riferire al mezzo vero e proprio, bensì alle "mediazioni", ovvero all'insieme dinamico delle procedure e delle istituzioni intermediarie che intervengono tra la produzione di segni e la produzione di eventi (*ibid.*, p. 17; Vandenberghe 2007).

In questo senso, nella determinazione tecnologica non si esprimerebbe tanto un restringimento disforico delle possibilità che il corso dell'innovazione può intraprendere, quanto una lettura collettiva dei linguaggi dei media (dell'interfaccia e dell'interazione) come mezzi

“divini”. Tale lettura non solo è favorita dai vari discorsi sui media che nutrono un certo immaginario, come quelli già citati del genere fantascientifico, ma è in qualche modo avvantaggiata anche dal consolidarsi di “attitudini spirituali” contingenti all’esperienza di interazione, che portano l’utente a divenire in prima persona “protagonista” del mito della determinazione, a riconoscerla come effettiva e non solamente come “immaginaria”.

In questa direzione, sono tanto i discorsi fantascientifici, quanto quelli tecno-utopici della Silicon Valley, ad avere portato allo sviluppo di un immaginario dell’innovazione digitale (concernente il senso che attribuiamo all’interazione e al nostro rapporto con il dispositivo digitale), in cui il senso della “determinazione tecnica” (sia di pratiche che di valori) acquisisce una valenza spirituale. Tali valorizzazioni teologiche possono dirsi influenzate anche dai discorsi delle religioni digitali, le quali hanno insistito spesso sull’allargamento della sfera semantica del concetto di spiritualità (sebbene una considerazione meramente antropologica non sarebbe sufficiente a spiegare l’evoluzione dell’idea di determinazione in relazione ai media digitali, cfr. Aupers 2002). In questa direzione, Dourish e Bell (2011), ad esempio, hanno indagato il senso del concetto di “divinazione” in relazione ai media digitali e a quelli ubiqui. Si tratta di un termine che ha molteplici significati: il più immediato evoca consapevolmente la nozione di divinazione, ovvero il complesso e mistico processo di indagine sugli eventi futuri; un altro rimanda invece più marcatamente alla ricerca di fenomeni trascendentali e a un processo attraverso il quale si scopre che alcune verità si trovano al di là del regno del quotidiano.

Anche Umberto Eco (2000), infine, ha descritto il rapporto utente-computer in termini teologici:

Il fatto è che ormai il mondo si divide tra utenti del computer Macintosh e utenti dei computer compatibili col sistema operativo Ms-Dos. È mia profonda persuasione che il Macintosh sia cattolico e il Dos protestante. Il Macintosh è cattolico controriformista, e risente della “ratio studiorum” dei gesuiti. [...] Il Dos è protestante, addirittura calvinista. Prevede una libera interpretazione delle scritture, chiede decisioni personali e sofferte, impone una ermeneutica sottile, dà per scontato che

la salvezza non è alla portata di tutti. Per fare funzionare il sistema si richiedono atti personali di interpretazione del programma: lontano dalla comunità barocca dei festanti, l'utente è chiuso nella solitudine del proprio rovello interiore (p. 165).

Eco considera prevalentemente i linguaggi dell'interfaccia, e li mette in correlazione con quelli della religione, proponendo un ragionamento che non è solo metaforico, ma che aspira a definire un'opposizione teorica⁽⁷⁾, oltre che ad affermare una certa forma di determinismo tecnico che va al di là delle restrizioni materialistiche — tant'è che si chiede se l'uso continuato di un sistema piuttosto che l'altro non porti anche a profonde modificazioni interiori.

Nel caso dei cosiddetti *embodied media*, la determinazione è inoltre sempre più spesso associata alla dimensione patemica ed estetico-fenomenologica a livello del corpo, all'immersività cognitiva, all'economia dell'attenzione, così come alle pratiche e ai valori positivi della computazione in grado di potenziare l'utente.

La ricerca sulle componenti mitiche dei media computazionali e immersivi parte quindi dalla circoscrizione delle logiche matematiche, interattive, algoritmiche e automatizzate responsabili di una supposta determinazione di attitudini spirituali.

In ogni caso, si tratta di indagare il passaggio, individuato già nei *game* e *computer studies*, dal "disincanto" al "reincanto" tecnologico. Il disincanto, secondo la formulazione di Max Weber del 1919, sarebbe il processo culturale tipico della società industriale, legato alla fine della società contadina e del sistema produttivo artigianale; un processo che porta con sé la laicizzazione della cultura e il conseguente abbandono delle varie forme della dimensione magico-religiosa, con un forte spostamento verso la razionalizzazione e modularizzazione dell'esperienza urbana metropolitana e della produzione industriale. Secondo Lughì e Suppini (2015), la creatività digitale si muoverebbe in continuità con le riflessioni sul reincanto (non necessariamente tecnologico)

(7) In una nota al testo del 2000, Eco precisa che «nel frattempo le cose sono cambiate»: i vari "releases" hanno portato Windows 95 e 98 a diventare decisamente cattolico-tridentini, insieme a Mac. La fiaccola del protestantesimo è passata nelle mani di Linux. Ma l'opposizione rimane valida.

che hanno messo in risalto soprattutto il ritorno all'arcaico, la dimensione nostalgica di una visione "infantile" che si apre verso il mondo dei sogni collettivi, dei miti, delle grandi configurazioni dell'immaginario, come idoli, archetipi, icone depositate in un altrove psicologico e sociale, come quello del cyberspazio.

L'opposizione disincanto/reincanto si rivela pertanto prima di tutto utile per descrivere una dinamica storico-culturale secondo la quale i valori associati ai media evolvono in maniera progressiva, parallelamente all'innovazione tecnologica vera e propria. Ma è anche utile a definire una nuova relazione materiale, corporea ed estetica con il medium, all'interno della quale si concretizza la determinazione tecnica e "reincantata". In questo senso, il riferimento può essere più alle esperienze immersive della realtà virtuale e aumentata, così come a un tipo di esperienza più personalizzata e incarnata come quella dei social media. Citando Gianfranco Pecchinenda (2004, p. 146), «il mondo in cui l'utente si immerge è sempre di più quello delle realtà virtuali da lui stesso create, un mondo che, allontanandosi a rapidi passi dalla coinvolgente natura dei suoi antenati premoderni, è però tornato ad essere — stavolta "grazie" alla tecnologia — un mondo reincantato, un mondo magico». Non c'è dubbio che anche nel campo della *media/net/data art* molti testi funzionino "determinando" effetti di senso associati a un forte valore estetico, innescando un coinvolgimento immersivo, empatico, in grado di trasportare percettivamente gli osservatori in un altrove non meglio specificato. Già Simondon (1958) aveva evidenziato la forte connessione antropologica fra tecnica e magia, rimarcata anche da Jacob Wamberg dell'Università di Aarhus, che in un articolo del 2004 sulla realtà aumentata utilizzava l'espressione "neo-primitivismo". In questa direzione, è utile anche l'articolo di Aupers (2009) che si rifà a Malinowski (1954), sottolineando che la nascita della magia nella società premoderna e "primitiva" non sono da considerarsi tanto tecniche intellettuali primitive, ma soprattutto risposte emotive al carattere enigmatico della natura. È proprio a partire da questa constatazione che la caratterizzazione mitica del processo di innovazione tecnologica può dirsi validata. Attraverso questa lente è possibile individuare "seguaci" e fan, che siano adoratori di mondi fantastici e personaggi transmediali o ugualmente di piattaforme aziendali e ideali d'impresa.

Tanto gli script di interazione modulari nel campo delle *data sciences* quanto quelli più comuni previsti da una qualunque connessione in rete, sebbene non presentino gli schemi prasseologici tipici dei linguaggi della religione, sono stati lecitamente interpretati come forme in grado di esprimere un senso di determinazione teologica, di configurarsi come portali aperti su una dimensione invisibile e ultraterrena. È dunque possibile, accogliendo la proposta gnoseologica delle tecno-religioni, parlare di una generale trascendenza del quotidiano considerando aspetti più celati e impliciti, difficili da cogliere attraverso l'analisi delle pratiche religiose ri-mediate o nate sul web? La condizione *always-on* e dell'*on-life* dei media locativi e computazionali è forse traducibile in una costante trascendenza dell'infosfera sull'esperienza⁽⁸⁾?

2. Spiritualità e medialità: la trascendenza del dato

La connotazione religiosa, mistica e trascendentale del medium tecnologico non è nuova nella tradizione umanistica. Al di là dell'approccio filosofico allo studio delle relazioni ontologiche fra scienza, tecnica e religione, diversi autori, da Stolow (2008) ad Aupers (2009), hanno riflettuto sui significati religiosi — ovvero concernenti la sfera dell'esperienza spirituale dell'individuo — delle nuove tecnologie. Secondo l'approccio cristiano, spiega Bauwens (1996), il mezzo tecnologico permette di scoprire il nostro essere interiore, i nostri aspetti simili a Dio, e quindi di avvicinarci, grazie alla mediazione, allo stato divino. Le pratiche di interazione, in questa prospettiva, appaiono come manifestazione di particolari aspetti dei poteri del divino.

Il discorso sull'innovazione si è sempre ben prestato, inoltre, a essere interpretato come “profetico” (Natale e Balbi 2014). Come riportano Simone Natale e Gabriele Balbi, già diversi decenni fa si parlava di “profeti e profezie” (titolo di un articolo apparso nel 1930 su *Popular Mechanics*), e le “media fantasies” venivano indicate come il principale aspetto da prendere in considerazione rispetto al concetto di “nuovo media”, accanto alle dinamiche di “flessibilità interpretativa” (*ibidem*) e

(8) I termini concettuali sono quelli di Floridi (2014).

di “trasparentizzazione” (Bolter e Grusin 1999)⁽⁹⁾: questi aspetti e dinamiche sono utili per studiare il modo in cui una tecnologia viene percepita all’interno della sfera pubblica, e nello specifico per considerare un’ampia gamma di elementi, tra cui le paure e gli entusiasmi popolari per l’innovazione e il progresso, nonché le questioni politiche, economiche, culturali e sociali.

D’altra parte, la scrittura e la diffusione di *media fantasies* possono essere interpretate come tentativi di antropomorfizzare e identificare l’aldilà dello schermo, l’oggetto di mediazione e il suo artefice, ovvero di dare un senso — sia tecnico che religioso — alla determinazione tecnica contestuale a una fattuale interazione utente–macchina.

D’altra parte, va sottolineato che non si tratta di un’operazione semplice. Se guardiamo alla cultura digitale in senso stretto, i segni linguistici che possono essere considerati per affermare il suddetto senso di religiosità — ad esclusione di quelli strettamente correlati alle culture religiose del tecno–misticismo e del tecno–paganesimo — sono diversi: dalla “God’s eye view” (Pentland 2015) ai “God Games”, dai browser che “piantano alberi” al cosiddetto “cloud”, dalle app di meditazione, *gamification* e *quantified self* all’effetto “trance” imposto dall’*infinite scrolling*, dalla ritualità dell’attesa agli *store* prima del lancio di un nuovo dispositivo alla ritrovata fiducia positivista nell’analisi di dati, in un’era in cui la costruzione immaginifica di una realtà del futuro anteriore è in gioco, e per cui il calcolo previsionale assume un valore demiurgico oltre che scientifico.

Queste forme linguistiche si manifestano attraverso linguaggi diversi, ma non concernono direttamente l’esperienza religiosa, né un senso spirituale di determinazione. Questo può forse essere ritrovato nel rapporto dell’utente con l’opacità del medium computazionale, cioè nella sua capacità di nascondere i meccanismi di funzionamento.

In particolare, come rilevato da Winner, a un certo livello, la maggior parte delle persone si rende conto che le nuove tecnologie sono coinvolte nel cambiamento delle pratiche e dei modelli della vita quotidiana, e trova difficile parlarne, dal momento che «trovare modi per deliberare, organizzare o agire su queste intuizioni non fa parte della

(9) A diventare trasparenti, quindi a non essere più percepiti come nuovi.

nostra educazione o della nostra competenza» (Winner 1997, p. 992, traduzione nostra). Analogamente, secondo Aupers (2009, p. 161), la natura misteriosa della tecnologia è attribuita al fatto che questa è sempre più piccola e sempre più intangibile. Anche secondo Stolow (2008, p. 669), le azioni mediate tecnologicamente — che sono spesso governate da principi di automaticità, riproducibilità ed estensione attraverso lo spazio virtuale — appaiono fenomenologicamente paragonabili alle esperienze “religiose” del numinoso, del miracoloso, del provvidenziale o del misterioso. La stessa posizione è condivisa infine da Bauwens (1996), per cui

se le complesse reti informatiche mondiali saranno presto abitate da intelligenze artificiali e agenti sofisticati, si potrebbe arrivare a un punto di tale complessità che la rete stessa non sarà più gestibile dall’intelligenza umana. Alcuni vedono in questa condizione un preludio all’invenzione di un Dio–macchina, un Deus Ex Machina, in diretta competizione con il concetto di Essere Supremo di alcuni spiritualisti.

Tale valorizzazione è strettamente connessa con l’indeterminazione di significati che si verifica nel tentativo di dare un senso alla *black-box*. Nel caso dei media digitali, abbiamo opacità e mistero dal momento che il testo digitale è caratterizzato da una biplanarità fra il livello dell’informazione, che è profondo, e il livello del dato, che è superficiale (seguendo la distinzione fra *deep* and *surface* di Manovich 2001). Di norma, noi interagiamo con il livello dell’interfaccia utente, e talvolta con quello dell’informazione, quando programiamo il comportamento del primo.

Tuttavia, questo (auto-)esonero dell’utente dalle questioni tecniche e decisionali relative al funzionamento dei media è tanto problematico quanto centrale per comprendere tali connotazioni e il senso della determinazione in senso teologico. Esso stabilisce una distanza cognitiva e ontologica tra l’utente e il medium stesso, la quale favorisce l’interpretazione trascendentale del secondo da parte del primo. Questo esonero può infine sfociare in una posizione nichilista, che è ben rappresentata dal testo di Jenny Odell *Come non fare niente* (2019) — cioè come resistere all’economia dell’attenzione — che prevede, come

azione di resistenza alla pratica di interazione utente–macchina, il rifiuto del medium digitale. Questa forma di emancipazione dal digitale, che concerne la messa in atto di un discernimento, è ugualmente leggibile, in termini teologici, come un percorso di purificazione che, in ultima istanza, ha come obiettivo quello di promuovere un atteggiamento “ateistico” verso il digitale.

Con la determinazione computazionale, il senso teologico di determinazione, sebbene in qualche misura influenzato o caratterizzato dai linguaggi delle religioni orientali e di quelle digitali, emerge ancora all’interno di una ecologia mediale e sociale in cui la trascendenza del dato diviene ricchezza per la comunità, *empowerment* collettivo —non tanto delega passiva, quanto proiezione e riflessione attiva nella rappresentazione dei dati e del loro enunciatore computazionale. Aupers (2002), per parlare del contenuto spirituale del digitale, fa riferimento al tecno–utopismo della Silicon Valley e di Kevin Kelly, a Erik Davis e al tecno–paganesimo, a Max Weber e alla teoria sul disincanto che il tecno–misticismo promette di ribaltare. Ma i nuovi media di cui stiamo parlando sono pur sempre computazionali, interattivi, algoritmici e automatizzati. Prevedono, in altri termini, una “spersonalizzazione” del medium, al fine di essere personalizzati dall’utente. In questa prospettiva, è il dato che abita al contempo il piano profondo del codice e quello superficiale dell’interfaccia a poter essere interpretato come oggetto di valore demiurgico.

Alcuni casi in cui il senso religioso di determinazione trova espressione sono quelli della *data–analysis* e dei processi di *decision making* gestiti da sistemi basati sull’IA. A livello di valori, quello demiurgico può dirsi correlato all’impersonalità o a–personalità dell’enunciatore computazionale, che ne assicura, *entro un determinato limite o contesto epistemologico*, la veridicità, l’oggettività e, in un certo senso, l’essenza spirituale. Esso è concretizzazione di quell’approccio non–interventista relativo alla “mechanical objectivity” (Daston e Galison 1992, p. 82).

Talvolta, questo sistema semiotico è messo a nudo e la sua euristica in dubbio: dalle vicende di cronaca e dai discorsi in cui si parla di *data–leaks* (o furto di dati), ai processi di de–territorializzazione e de–contestualizzazione dell’informazione contenuta in essi, che viene sfruttata strategicamente da attori quali *hacker* o *whistleblower*. Ma anche

dal fallimento della delega della facoltà di giudizio all'IA che, attraverso un processo di esternalizzazione, porta a creare un'entità decisionale imperfetta, come descritto non solo da O'Neill nei termini di "arma di distruzione di massa" (2016), con un procedimento retorico volto a rivendicare il dato umano e, in particolare, gli esclusi e gli emarginati (che la logica statistica della IA ignorerebbe).

Questi potrebbero forse essere alcuni dei tanti referenti possibili di quello a cui si riferisce Rushkoff quando dice che Internet è "vivo" (2002). Ma anche dell'evoluzione dei sistemi computazionali e religiosi dell'ebraismo riportati nella storiografia critica della computazione di Florian Cramer (2005), in cui la ricerca della verità coincide con la ricerca di un'entità decisionale superiore, impersonale e sovra-personale.

Il dato, in questo senso, diviene oggetto di valore demiurgico, ma pur sempre associato a diversi ruoli attanziali che, molto genericamente, possiamo individuare nell'utente (generico/a), nell/nella *data-analyst* e nell'*hacker/whistleblower* — quand'anche fosse non-umano/a e "automatizzato/a". Infatti, è proprio l'attore non-umano il *medium* attraverso il quale l'attore umano si può congiungere con una certa quantità di informazioni — cioè può estrarla e processarla — e quindi l'entità immanente in grado di "evocarne" un'altra, trascendentale, la cui figurativizzazione e discorsivizzazione è (proprio come nella religione) operata linguisticamente da attori umani, gli adepti. Per Aupers (2009) la programmazione possiede una connotazione miracolosa e magica. L'immaginario della determinazione tecnica e dell'innovazione interessa infatti anche le figure di magnate e di hacker, così come i valori pratici del mercato ed estetici dell'interazione e relativi al piacere del dispositivo. Diversi autori come Rushkoff e Fuller, ad esempio, hanno parlato rispettivamente della "rivincita dei nerd" (Rushkoff 2002) e di "come essere un geek" (Fuller 2017).

Per i media computazionali e automatizzati un campo empirico per lo studio di fenomeni di determinazione spirituale è anche l'*ubiquitous computing*, che attraverso i paradigmi dell'*on-life* e dell'*always-on* ci hanno portato a pensare di vivere un'esistenza prevalentemente immersiva e di relazionarci in modo trascendentale con l'artefatto computazionale prima che con il Dio che possiamo contattare attraverso di esso.

Tuttavia, la prospettiva non è quella della ri-mediazione di pratiche religiose (tradizionali o meno) sul web, ma di una più speculativa, che presuppone la validità di una connotazione teologica del medium digitale e delle pratiche che attraverso di esso possono essere realizzate. Se, come abbiamo visto, il senso trascendentale emerge dall'inspiegabilità della determinazione tecnologica, è la componente mitica che prende in carico la spiegazione e narrativizzazione di tale complessità. Nel corso della storia dell'informatica gli adepti di questa componente mitica non sono mancati: il loro ruolo è stato precisamente quello di offrire un modello di riferimento al fanatismo, un'enciclopedia di percorsi interpretativi riconoscibili e condivisibili per dar senso al fatto tecnologico, ma anche testi e tecnologie che hanno quantomeno potuto dare l'impressione (o la speranza) di possedere il controllo sulla propria esperienza mediata.

Per concludere la carrellata di voci presentate in questa sede, e mettere a fuoco la componente mitica del determinismo tecnologico, dunque, è sufficiente riconoscere tali ruoli (compreso quello dell'utente "modello"), volta a denunciare la pre-programmazione dell'innovazione, in una prospettiva di "guerriglia semiologica", come è spesso il caso, lo abbiamo visto, nei discorsi sul determinismo tecnologico.

Riferimenti bibliografici

- Aupers S. (2002) *The Revenge of the Machines: On Modernity, Digital Technology and Animism*, "Asian Journal of Social Science", 30(2): 199–220.
- Aupers S. (2009) *The force is great. Enchantment And Magic in Silicon Valley*, "Masaryk University Journal of Law and Technology", 3(1): 153–173.
- Bauwens M. (1996) *Spirituality and technology: Exploring the relationship*, "First Monday", 1(5), <https://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/496/417>.
- Bolter J.D. e R. Grusin (1999) *Remediation. Understanding New Media*, The MIT Press, Cambridge.
- Bourdieu P. (1972) *Esquisse d'une théorie de la pratique*, Librairie Droz, Genève.
- Chun W. (2017) *Updating to remain the same. Habitual new media*, The MIT Press, Cambridge.

- Cramer F. (2005) *Words made flesh*, Piet Zwart Institute, Rotterdam.
- Daston L. e P. Galison (1992) *The image of objectivity*, “Representations”, 40: 81–128.
- Debray R. (1996) *Media manifestos. On the technological transmission of cultural forms*, Verso, London.
- Dourish P. e G. Bell (2011) *Divining a digital future. Mess and mythology of ubiquitous computing*, MIT Press, Cambridge.
- Eco U. (1964) *Apocalittici e integrati*, Bompiani, Milano.
- Eco U. (2000) *La bustina di Minerva*, Bompiani, Milano.
- Ellul J. (1954) *La Technique ou l'Enjeu du siècle*, Armand Colin, Paris.
- Floridi L. (2014) *The Fourth Revolution: How the Infosphere is Reshaping Human Reality*, Oxford University Press, Oxford.
- Fuller M. (2017) *How to be a geek. Essays on the culture of software*, Polity Press, Cambridge.
- Gibson W. (1984) *Neuromancer*, Ace Books, New York.
- Højsgaard M. e M. Warburg (2005) *Religion and Cyberspace*, Routledge, New York.
- Lasswell H.D. (1968) *The uses of content analysis data in studying social change*, “Social Science Information”, 7(1): 57–70.
- Lughi G. e A. Suppini (2015) *Creatività digitale. Come liberare il potenziale delle nuove tecnologie*, Franco Angeli, Milano.
- Malinowski B. (1954 [1925]) *Magic, Science and Religion*, New York: Doubleday Anchor Books.
- Manovich L. (2001) *The language of new media*, The MIT Press, Cambridge.
- Marcuse H. (1967) *One-Dimensional Man: Studies in the Ideology of Advanced Industrial Society*, Beacon Press, Boston.
- McLuhan M. (1964) *Understanding media: The Extensions of Man*, Terrence Gordon, Toronto.
- Mumford L. (1967) *The myth of the machine I: Technics and human development*, Harcourt Brace and World, New York.
- Natale S. e G. Balbi (2014) *Media and the Imaginary in History. The Role of the Fantastic in Different Stages of Media Change*, “Media History”, 20(2): 203–218.
- O’Neill C. (2016) *Weapons of math destruction. How big data increases inequality and threatens democracy*, Crown, New York.
- Odell J. (2019) *How to do nothing. Resisting the attention economy*, Melville House, London.

- Pecchinenda G. (2004) *Videogiochi e cultura della simulazione. La nascita dell'homo game*, Laterza, Bari–Roma.
- Pentland A. (2015) *Social physics*, Penguin books, New York.
- Rushkoff D. (2002) *Renaissance Now! Media Ecology and The New Global Narrative*, “Explorations in Media Ecology”, 1(1–1): 41–57.
- Simondon G. (1958) *Du mode d'existence des objets techniques*, Aubier, Paris.
- Stephenson N. (1992) *Snow Crash*, Bantam Books, New York.
- Stolow J. (2008) “Salvation by Electricity”, in H. de Vries (a cura di), *Religion: beyond a concept*, Fordham University Press, New York, 668–686.
- Vandenberghe F. (2007) *Régis Debray and Mediation Studies, or How does an idea become a Material Force?*, “Thesis Eleven”, 89: 23–42.
- Vinge V. (2006) *Rainbows end*, Tor Books, New York.
- Volli U. (1996) “Nuove e vecchie tecnologie”, in P. Nerozzi (a cura di), *Internet e le muse — La rivoluzione digitale nella cultura umanistica*, Mimesis, Milano.
- Wamberg J. (2012) “Toward a (Re)Constructed Endosemiotics? Art, Magic, and Augmented Reality”, in U. Ekman (a cura di), *Throughout: Art and Culture Emerging with Ubiquitous Computing*, The MIT Press, Cambridge, 465–478.
- Weber M. (1919) *Wissenschaft als Beruf*, Duncker & Humblot, Munchen.
- Winner L. (1997) *Technology Today: Utopia or Dystopia?*, “Social Research”, 64(3): 989–1017.

IL MITO DEL MEDICO NEL CORSO DELLA PANDEMIA

UN'ANALISI SOCIOSEMIOTICA DEI BIG DATA RICAVATI DA FACEBOOK/META

ANTONIO SANTANGELO, Università degli Studi di Torino

ABSTRACT: In this article, I show how doctors have been portrayed on Facebook/Meta during the Covid-19 pandemic. I focus in particular on the “mythical” representations of doctors, according to a notion of myth derived from Lévi-Strauss’ work. Therefore, I deal with those narratives that tell facts that, to some extent, reverse or overturn the normal conception of the doctor’s work in everyday life and that have been used by people to reflect on the meaning of their experience of the pandemic, as well as on how our society functions. Since, in order to conduct my research, I had to use a software to collect and sort large amounts of data, the other issue I deal with in this paper is how we can develop specific quali-quantitative methodologies for sociosemiotic analysis in order to successfully study large corpora of texts produced within social networks.

KEYWORDS: Sociosemiotics, big data, narratives, doctors, pandemic.

I. Introduzione

In questo articolo mi pongo due obiettivi: parlare del mito del medico, così per come esso è stato costruito dagli utenti di Facebook — il noto social network adesso denominato Meta — nel corso della pandemia di

Covid-19, e riflettere su come tale mito possa essere individuato e descritto, servendosi di un software per l'analisi di big data e di un metodo di indagine di matrice sociosemiotica, di natura quali-quantitativa, al fine di determinare il significato, nel nostro contesto culturale, dei testi attraverso cui il mito stesso è stato comunicato.

A questo scopo, ricorrendo al programma T-Lab, ho realizzato un piccolo carotaggio sui post reperibili sulle pagine pubbliche in lingua italiana di Facebook/Meta, nei mesi tra aprile e novembre del 2020 e poi, di nuovo, tra marzo e aprile 2021⁽¹⁾. Questa indagine mi ha permesso di individuare otto cluster, quattro legati ai testi prodotti nel 2020 e quattro relativi a quelli del 2021, di cui ho analizzato i contenuti statisticamente più rappresentativi, servendomi di strumenti semiotici di derivazione narratologica e greimasiana (Greimas 1983; Greimas, Courtés 1979–2007), poiché mi sono subito reso conto che, al loro interno, parlando dei medici, le persone condividevano e commentavano narrazioni con cui cercavano di inquadrare il senso di ciò che stava accadendo loro nel corso della pandemia. Così facendo, ho potuto ricostruire la struttura comune di tali discorsi e le loro differenze, che a mio modo di vedere rispecchiano il funzionamento di alcuni grandi modelli culturali, fondamentali per mettere a fuoco il significato dei miti costruiti attorno alla figura dei medici stessi e alla rappresentazione della società in cui essi hanno operato.

(1) Questa fase preliminare della ricerca è stata condotta con il supporto di Querys, una start-up dell'Università di Torino che si occupa di social media analysis. Nello specifico, ringrazio Giuseppe Tiplado, Sara Rocutto e Fabio Bruno. I corpus sono stati ottenuti interrogando la piattaforma Crowdtangle, strumento che permette di ottenere i post pubblici delle pagine Facebook, con una *query* mirata a raccogliere i testi pubblicati in lingua italiana su tutte le pagine monitorate dal sistema. Il materiale ottenuto è stato pre-trattato per rimuovere emoticon, link e caratteri speciali. Sono state inoltre rimosse le parole più lunghe di 50 caratteri, al fine di poter rendere i testi processabili da TLab. Le parole chiave utilizzate sono state: (medico, pediatra, ematologo, ematologa, anestesista, geriatra, infettivologo, infettivologa, infettivologi, patologo, patologa, immunologo, immunologa, immunologi, microbiologo, microbiologa, pneumologo, pneumologa, virologo, virologa, virologi, neurologo, neurologa, oncologo, oncologa, biologo, biologa, psichiatra, reumatologo, reumatologa, igiene e medicina preventiva, bioemergenze, fisico, epidemiologo, epidemiologa, epidemiologi, esperto, esperti) e (coronavirus, covid, covid19, pandemia).

2. Miti contemporanei

Prima di illustrare i dati che ho raccolto e di analizzarli, ritengo opportuno riflettere sulla nozione di mito a cui ho fatto riferimento, visto che quest'ultima ha guidato tutta la mia ricerca, indicandomi cosa guardare, nel corpus di testi su cui ho lavorato. Non si tratta, infatti, dell'idea ricorrente, nel dibattito attuale, secondo cui il mito stesso sarebbe qualcosa di falso che circola sui media digitali sotto forma di *fake news*, disinformazione, malinformazione o, più in generale, di “post-verità” (Ferraris 2017; Lorusso 2018). Piuttosto, io ho inteso lavorare attorno all'accezione lévi–straussiana del concetto di mito, quella di un racconto che consente di inquadrare la realtà e di stabilire il suo significato, affermando qual è la visione del mondo di chi fa parte del contesto culturale che lo produce (Ferraro 2001).

In particolare, il modo di funzionare di quello che riconosco come “discorso mitico” è tipico delle narrazioni di *classe Beta* (Ferraro 2019, pp.106–112), che sono quelle che provano a riflettere sul senso del reale, ribaltandone le logiche: l'idea di LéviStrauss è che questo genere di narrazioni consenta di ragionare *in negativo* su come dovrebbe funzionare la nostra società. In questa accezione, sono miti quelle storie che parlano di uomini che provano a diventare dei, dei che sono animati dalle passioni umane, animali che si sposano con principi e principesse, popoli o individui che vanno a vivere in cielo o sottoterra, eccetera. Ma queste forme di ribaltamento, seppure non così estreme, sono anche tipiche del racconto mediatico contemporaneo (Ortoleva 2019; Morin 1962; Barthes 1957). Per esempio, esse si trovano in quei testi di natura fattuale, in cui i giornalisti vanno alla ricerca dei “*faits divers*”, per dimostrare in maniera evidente, con dei parossismi, ciò che non va nel nostro mondo. Oppure si riscontrano quando i giornalisti stessi individuano qualcuno che incarna l'eroismo della gente comune e, scrivendone nei loro articoli, inducono gli utenti dei social network a commentare questi ultimi e a diffonderli. Oppure, ancora, le riconosciamo quando gli *influencer* o i divi ci parlano delle stravaganze o della profonda “normalità” della loro vita di tutti i giorni, eccetera. Questo genere di “miti” può essere di *matrice negativa*, vale a dire il racconto di qualcosa di incredibilmente deviante dalla norma, che non sembrava

possibile potesse accadere, eppure purtroppo accade, oppure di *matrice positiva*, qualcosa di bellissimo, che si manifesta quasi come una sorta di cratofania o di ierofania (Eliade 1948), ma che è comunque diverso dall'andamento più prosaico della realtà in cui viviamo. In entrambi i casi, ribaltando, invertendo, mettendo in discussione il modo in cui siamo soliti concepire il funzionamento del nostro mondo, riflettiamo su come dovremmo e su come non dovremmo essere.

È chiaro che questo genere di discorsi non è solo tipico della narrazione fattuale della realtà, ma anche di quella di finzione e, in effetti, il nostro sistema dei media è pieno di storie inventate che funzionano secondo le logiche delle narrazioni mitiche di classe Beta di cui stiamo parlando. Ciò che qui mi interessa, comunque, è eventualmente la commistione tra la fiction e il genere “factual”, che si riscontra quando nella realtà accade qualcosa che incarna quello che conoscevamo per averne letto in un romanzo o per averlo visto in un film. Anche questo meccanismo, infatti, consente di individuare subito narrazioni e personaggi mitici, dal carattere fortemente simbolico e culturalmente significativo.

3. Il mito del medico moderno

A quanto mi è dato di sapere, negli anni immediatamente precedenti la pandemia, sui media circolavano quattro tipi di ribaltamenti mitici della normale figura del medico che si sarebbe potuta incontrare nella vita quotidiana: quello che dava origine ai discorsi sui *medici-soldati* (Braga 2008), eroici combattenti della battaglia contro il male prodotto dalle nostre società, come nella serie *E/R — Medici in prima linea* (USA, 1994–2009); quello sui *medici malati* (Santangelo 2015), capaci metaforicamente di tenere il male fuori dagli altri, ma non da sé stessi, come in *Dr. House — Medical Division* (USA, 2004–2012); quello sui *medici che danno la morte* (Santangelo 2013), per le ragioni più disparate, più o meno accettabili sotto il profilo bioetico; e, infine, quello sui *medici appassionati* (Bandirali e Terrone 2012), che non si limitano a mettere in pratica una fredda tecnica razionale per la cura del corpo umano, ma vivono emotivamente il proprio lavoro e, conducendolo, apprendono qualcosa sul senso della vita, come in *Grace Anatomy* (USA, 2005–oggi).

Questi quattro miti si sono rivelati fondamentali, per inquadrare il modo in cui si è parlato dei medici nel corso dell'epidemia di Covid-19. Per esempio, è stata utilizzata molto la figura del personale sanitario in guerra contro il virus, con le "uniformi" a forma di scafandro, le maschere protettive a mo' di elmetto, le attrezzature tecnologiche nei reparti di emergenza come armi per combattere la battaglia. Gli ospedali sono stati rappresentati come dei fortini, gli ultimi avamposti della lotta contro il male dilagante, che vi veniva riversato da città appestate, dalle quali giungevano ambulanze piene di uomini e donne di cui ci si doveva prendere cura portando a termine turni massacranti e rinunciando a condurre un'esistenza normale. Ma si è parlato molto anche della figura del medico colpito dal Covid-19 a seguito del regolare svolgimento delle proprie mansioni e spesso morto per questo, oppure di quella del medico anziano e fragile, andato in pensione ma tornato coraggiosamente alla propria professione nel momento del bisogno. Così come ha circolato spesso l'immagine del dottore costretto, dato l'isolamento dei pazienti nei reparti di terapia intensiva e la loro difficoltà a comunicare coi propri cari, a farsi carico anche della loro sofferenza interiore e di quella delle rispettive famiglie, intraprendendo così un percorso di crescita personale attivato da un coinvolgimento emotivo e passionale non comune. Infine, soprattutto nei discorsi complottisti, si è discusso a lungo dei medici che, invece di curare, hanno ucciso per sperimentare farmaci malsicuri, guadagnare i soldi delle multinazionali, fare gli interessi delle lobby del potere, eccetera.

Sin dall'inizio della pandemia, inoltre, si è discusso molto del mito dei medici come membri di una *comunità scientifica unita*. Per inquadrarne il senso e la portata, è necessario partire da lontano. Già nell'*Etica nicomachea*, infatti, Aristotele (IV sec. a.C.) distingueva tra *episteme*, *phronesis* e *techne*, vale a dire tra la conoscenza della natura, la saggezza nell'azione dotata di conseguenze morali e la tecnica, assegnando loro una rilevanza e un prestigio sociale decrescenti: la prima, la forma di sapere più importante, avrebbe dovuto essere appannaggio dei filosofi, che avrebbero dovuto dire come funziona il mondo; la seconda sarebbe dovuta appartenere ai politici, che avrebbero dovuto prendere buone e assennate decisioni proprio grazie alle indicazioni dei sapienti; la terza, la meno rilevante, avrebbe dovuto essere nelle mani di chiunque

possedesse delle competenze pratiche, per realizzare opere o far funzionare strumenti che avrebbero potuto avere o meno delle conseguenze morali (la moralità, secondo questa concezione, non è nelle cose realizzate dai tecnici con la loro “arte”, bensì in chi usa quest’ultima per i propri scopi), ma che, se le avessero avute, sarebbe stato per servire i fini della sfera politica. Ebbene, agli scienziati, nell’epoca del Covid-19, è stato riconosciuto da molti il ruolo che già Aristotele aveva assegnato ai filosofi: stare al di sopra dei politici, per aiutarli a interpretare correttamente la natura e i fatti del mondo, in modo che questi ultimi potessero decidere nella maniera migliore. Detto in altri termini, è stata demandata loro la funzione del *mentore* (Vogler 1992; Ferraro 2015), colui che assegna il giusto nome alle cose, indirizzando l’azione di chi accetta di vederle alla stessa maniera, e dell’*aiutante* (Greimas 1970), colui che mette il proprio sapere e il proprio potere a disposizione di chi intende servirsene, per realizzare i propri scopi.

Dietro a questo modo di pensare, c’era chiaramente l’idea che gli scienziati debbano avere una *visione oggettiva e univoca delle cose*, perché la natura ha le sue leggi, mentre i politici ne hanno una soggettiva, molteplice e potenzialmente di parte, perché le azioni e le scelte degli uomini possono essere compiute in un modo o in un altro. Da qui discendeva la rappresentazione, che abbiamo visto circolare molto, di una classe politica solitamente litigiosa e faziosa, costretta a unirsi e a prendere un certo tipo di decisioni non per ragioni, appunto, soggettive e di parte, ma perché indirizzata dall’oggettività di ciò che le veniva detto dalla scienza. Secondo questo modo di ragionare, le opposizioni o le divergenze nel Governo avrebbero dovuto essere messe a tacere, perché di fronte all’oggettività dei dati e della loro lettura da parte degli scienziati, non poteva esserci una visione alternativa credibile: sarebbe stato necessario fare ciò che si sarebbe dovuto fare (non ciò che si sarebbe voluto), per reagire a un modo di essere incontrovertibile della natura, fotografato dalla scienza.

Il problema è che presto ci si è accorti che, per sostenere il peso di questa posizione discorsiva, gli scienziati avrebbero dovuto essere tutti concordi nel leggere lo stato del mondo, ma questo, soprattutto all’inizio della pandemia, non è avvenuto, perché il virus era sconosciuto, non si sapeva bene come curarlo, i dati su cui ci si basava per studiarlo non erano accurati e completi e, molto banalmente, il sapere su come

combattere il Covid-19 non era ancora attestato. Dunque, la scienza si è trovata in una situazione in cui la soggettività degli studiosi nell'interpretazione di ciò che stava accadendo aveva ancora un ruolo preminente. In situazioni del genere, l'attività degli scienziati si avvicina molto a quella dei politici, perché le loro scelte nel portare avanti le ricerche in una maniera o in un'altra, nel curare i malati, nel prevenire il contagio, si possono rivelare buone o cattive, in un senso anche morale.

Questo non è sfuggito agli stessi politici, né ai media politicizzati, che hanno cominciato a sostenere le teorie e le azioni degli scienziati che esprimevano posizioni affini alle loro, oppure si sono messi a criticare gli scienziati a cui si affidavano i loro avversari, sulla scorta dei giudizi espressi da altri scienziati ancora, come nella diatriba tra il professor Galli dell'ospedale Sacco di Milano e il professor Zangrillo del San Raffaele, il primo, in un certo senso, più "rigorista", per utilizzare un termine che si usa, appunto, in politica, il secondo più "permissivo", sostenuti da commentatori e da partiti molto differenti. Ciò ha contribuito a dare l'impressione di una scienza "divisa" come la politica e, in questo modo, sempre utilizzando la metafora di Aristotele, gli scienziati sono stati, in un certo senso, abbassati di un gradino, posizionandoli non al di sopra, ma sullo stesso livello dei politici.

Stando così le cose, si può abbozzare un quadrato semiotico, con gli scienziati *oggettivi* e aristotelici da un lato, quelli *soggettivi* e politicizzati dall'altro, e poi con i *non oggettivi*, per esempio i collusi con le multinazionali, e i *non soggettivi*, che potremmo definire, per capirci, burocrati e "vecchi tromboni", perché animati da visioni del mondo e del virus fortemente codificate, ma rivelatesi sbagliate e inadeguate.

Le posizioni di questo quadrato sono legate anche a un certo tipo di interpretazione che è stata fornita, a proposito di ciò che hanno affermato gli scienziati che vi si possono ricondurre: se gli *oggettivi* sono apparsi credibili, i *soggettivi* lo sono sembrati agli occhi dei propri sostenitori, ma non a quelli dei loro denigratori. I non *oggettivi* e i non *soggettivi*, invece, non sono stati creduti, anche se per ragioni diverse: i primi perché screditati dalla loro collusione con interessi che non apparivano gli stessi della gente comune, mentre i secondi perché, se anche avrebbero voluto prendersi cura delle persone, non hanno potuto farlo, essendo partiti da premesse e posizioni vissute dalle persone stesse come inefficaci.

In generale, comunque, il tema dell'unità o della divisione degli scienziati, che rimane sottinteso al funzionamento di questi quattro tipi di discorsi, è andato a impattare col fatto che la stessa categoria semantica che vede contrapposta l'unità delle persone alla loro divisione è fondamentale nei periodi di crisi, nei quali, come ho dimostrato altrove (Santangelo 2018), analizzando il modo in cui sui media si parla delle catastrofi naturali e di come vi si deve reagire, le riflessioni che di solito si portano avanti sono incentrate proprio sul fatto che uniti si vince e divisi si perde.

4. I quattro cluster della ricerca del 2020

Tutti i miti di cui ho scritto si sono manifestati anche all'interno dei testi che ho raccolto per condurre la mia ricerca. Per esempio, nel cluster 1 dell'indagine dell'aprile 2020, quello statisticamente più rilevante, poiché racchiudeva il maggior numero di testi circolanti su Facebook/Meta, l'eroico medico moriva. Si parlava, infatti, dei tanti decessi del personale sanitario in prima linea nella battaglia contro il Covid-19. Il problema veniva subito inquadrato come una grossa anomalia, perché appariva assurdo che chi lavorava per mantenere in vita le persone morisse svolgendo questo compito. Ci si interrogava, dunque, su cosa non avesse funzionato, nel nostro mondo, per condurre a questo ribaltamento della realtà per come l'avevamo sempre conosciuta. Le risposte avevano a che vedere con un unico polo tematico: il rapporto tra istituzioni e medici. Questi ultimi, infatti, morivano perché il malfunzionamento dello Stato o delle Aziende Sanitarie in cui lavoravano li aveva esposti al rischio, non dotandoli degli strumenti necessari, sottodimensionando il loro numero e costringendoli a turni massacranti, non potenziando il sistema di cure territoriali, stipando tutti i malati negli ospedali, impedendo l'attuazione dei più corretti protocolli di sicurezza, eccetera. Ne derivavano quattro tipi di discorsi: le critiche allo Stato, le critiche ai politici, le critiche al neoliberismo e, per reazione, quelli delle istituzioni sanitarie pubbliche e private che magnificavano le proprie *best practices*, mostrando di aver lavorato al meglio.

È molto interessante, a mio modo di vedere, che la quasi totalità di questi discorsi venisse portata avanti a livello “territoriale”. Su Facebook/Meta, venivano ripresi e commentati gli articoli di testate giornalistiche locali, che lamentavano il fatto che il proprio territorio fosse stato lasciato solo, oppure che lo Stato centralista non avesse funzionato, nell’organizzare la risposta al Covid-19, oppure, ancora, che il neoliberismo, con la sua logica del profitto sui grandi numeri, non si fosse curato di ciò che è piccolo e periferico. A rispondere a tutto questo, secondo i testi del mio corpus, avevano pensato soprattutto i medici, che avevano provato a ridurre la distanza tra centro e periferia, tra accumulo del capitale e povere persone inermi, ma avevano pagato con la vita. In realtà, essi non venivano tratteggiati tanto come eroi, quanto, piuttosto, come soggetti altruisti, che avevano fatto il proprio dovere, rimanendo vicini a chi aveva bisogno di loro. Questo senso di responsabilità, questo lavoro di raccordo tra i cittadini malati e le istituzioni lontane che essi rappresentavano, è, nei discorsi che ho analizzato, un’altra di quelle forme di ribaltamento rispetto al modo di funzionare della nostra realtà, che ha contribuito a rendere mitica la figura dei medici, nel senso in cui ne ho parlato sopra.

Il cluster 2, invece, era tutto incentrato sul dibattito suscitato da Andrea Crisanti, il noto virologo dell’Università di Padova, che nel novembre del 2020 aveva dichiarato che non si sarebbe vaccinato, se non fossero stati divulgati i dati della sperimentazione dei vaccini. In quel periodo, i vari composti di Pfizer, Moderna, Astra Zeneca e Johnson&Johnson non erano ancora stati autorizzati dalle istituzioni nazionali e internazionali, e le posizioni di Crisanti facevano scalpore, in mezzo alle tante rassicurazioni che arrivavano dagli altri suoi colleghi. Quest’ultimo citava il *British Medical Journal*, sostenendo che la rivista di medicina più prestigiosa del mondo affermava che con i vaccini Pfizer e Moderna si sarebbe rischiato il caso Remdesivir, vale a dire un farmaco approvato per il contrasto al Covid-19 e poi risultato potenzialmente dannoso (almeno così se ne parlava al tempo). Gli faceva da controcanto, per il mio software di analisi del contenuto, Fabrizio Pregliasco, virologo dell’Università di Milano, che invece sosteneva che si sarebbe vaccinato in diretta tv e suggeriva una serie di protocolli da seguire, per passare in serenità le feste di Natale.

Qui, i poli semantici attorno a cui tutto ruotava erano la trasparenza, il timore che gli Stati e le case farmaceutiche perseguissero interessi di parte, il problema della fiducia nelle istituzioni e nei protocolli seguiti per produrre vaccini utili e sicuri, nonché la divisione degli scienziati, che delle istituzioni facevano parte e che dovevano indirizzarle, per prendersi cura dei cittadini. Questa volta, il dibattito era tutto di portata nazionale, tant'è che la maggior parte degli account Facebook/Meta da cui provenivano i testi da me analizzati erano della Rai, di Sky, delle agenzie di stampa, eccetera. Crisanti cercava di affermare l'importanza del ruolo della comunità scientifica internazionale e del metodo scientifico di validazione dei vaccini, come unico strumento di protezione dei cittadini dagli appetiti miliardari delle case farmaceutiche, nonché dalla fretta degli Stati di rispondere alla pandemia, ma era stato subito additato come un punto di appoggio delle paure e delle diffidenze dei *no vax*. Per questo, era stato "crocifisso" da giornali e colleghi, tanto che Blob, il noto programma satirico della Rai, sul suo profilo Facebook, aveva collegato la figura dello stesso Crisanti a quella di San Sebastiano trafitto dalle frecce.

In realtà, rifacendomi alle categorie che ho presentato nel paragrafo precedente, devo sottolineare che Crisanti non aveva inteso allontanarsi dalla figura dello scienziato che, sulla base dei dati a sua disposizione, è in grado di trovare un accordo con i propri pari, circa la natura "univoca" della realtà, in modo da indicare ai politici come leggerla e aiutarli a prendere delle decisioni, ma aveva solo sottolineato di non potere svolgere questo ruolo senza, appunto, leggere i dati. Eppure, il rilievo offerto dai media alla posizione contraria alla sua, assunta da Pregliasco, che addirittura era pronto a sperimentare il vaccino sul proprio corpo, mostrando la sua fiducia nel lavoro dei colleghi delle case farmaceutiche e degli enti di controllo, serviva per spostare il discorso su un altro piano. Il tema, visto che tutto stava avvenendo al di fuori dei protocolli standard, data l'urgenza di trovare un rimedio alla pandemia, era quello dell'opposizione tra un metodo scientifico attestato, capace di produrre forme di sapere almeno apparentemente "oggettive" (sappiamo bene che il dibattito circa l'oggettività della scienza è molto aperto e ricco di sfumature), e una fiducia "soggettiva" nei confronti degli scienziati e delle istituzioni. Un fatto, questo, che in un certo senso delegittimava

gli scienziati, “abbassandoli”, come ho anticipato, alla posizione discorsiva che di solito, nel rapporto tra politica e scienza, viene ricoperto dalla politica, con tutte le perplessità e lo sgomento che questo suscitava in un’opinione pubblica che, in quel momento, avrebbe avuto bisogno di percepire unità e concordia, tra coloro che avrebbero dovuto guidarla e aiutarla a venir fuori dalla crisi. Un’altra inversione “mitica”, dunque, rispetto a una visione del mondo più rassicurante che, sin dai tempi di Aristotele, ha avuto un grande radicamento nella nostra cultura.

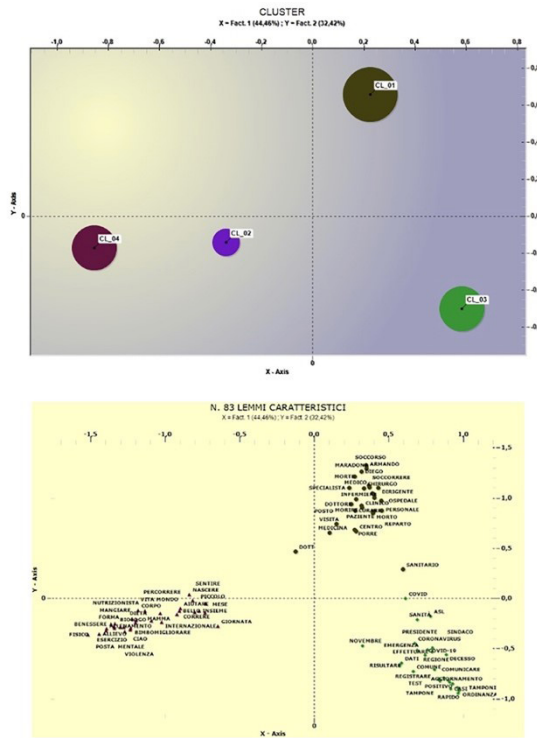


FIGURA IV.V. I cluster della ricerca del 2020.

Come si vede nella Fig. iv.v., comunque, il cluster sulla diatriba tra Crisanti e Pregliasco era il più piccolo, rispetto a tutti gli altri, segno del fatto che la figura dei medici, nel primo periodo della pandemia, veniva letta in maniera positiva, dagli utenti di Facebook/Meta. A riprova di ciò, segnalo anche che il cluster 4, il secondo più

rilevante, in termini statistici, pur non essendo basato su alcuna inversione mitica, rispetto alla maniera tradizionale di parlare degli stessi medici, era tutto incentrato su questi ultimi come i depositari di un sapere attestato e affidabile, capace di produrre meccanicamente il benessere del nostro corpo, dato che i testi che lo componevano erano tutti focalizzati sul tema del fitness e del ruolo delle conoscenze scientifiche in questo ambito. Evidentemente, le persone sentivano il bisogno di stare bene o, quantomeno, di pensare a come mantenersi sane e, per questo, si affidavano alla scienza. Una scienza intesa, questa volta, come il dominio dell'oggettività e dei numeri, come testimoniato anche dal cluster 3, sui dati legati ai tamponi positivi, ai ricoveri e alle morti per Covid-19.

5. I quattro cluster della ricerca del 2021

Un anno dopo, le cose non sono molto cambiate. Come si può osservare nella Fig. IV.VI., il cluster più rilevante, dal punto di vista statistico, era diventato quello sui bollettini legati alla diffusione del virus, mentre il cluster 3, il terzo in ordine di grandezza, ma “pesante” più o meno quanto il cluster 2, continuava a parlare di medici esperti che, questa volta, dispensavano il loro sapere su vari ambiti della nostra vita, in cicli di conferenze a cui, evidentemente, gli utenti di Facebook/Meta erano interessati. Anche il cluster 1 era in continuità tematica con quelli di due anni addietro, poiché nei testi che lo costituivano si parlava ancora dell'efficacia dei vaccini, che veniva messa nuovamente in dubbio, poiché si temeva che non proteggessero dalle varianti del Sars-Cov-2. Questa volta, però, i medici e la comunità scientifica venivano rappresentati come uniti e concordi nell'affermare che questo non fosse vero e l'alfiere di questa posizione era il virologo Roberto Burioni dell'Università Vita-Salute di Milano, il quale si profondeva in rassicurazioni basate su dati e ricerche riconosciute a livello internazionale (significativamente, le stesse richieste da Crisanti un anno prima). Sempre nel cluster 1, si riportava il dibattito, nato in alcuni Paesi del Nord Europa, per mettere al bando il vaccino di Astra Zeneca, dato il rischio di trombosi che esso procurava in alcune persone. Ma, nuovamente, si citavano

studi scientifici che minimizzavano, a questo proposito, e che rendevano i medici concordi con la decisione dell’Ema, l’Agenzia Europea del Farmaco, di consentirne la somministrazione.

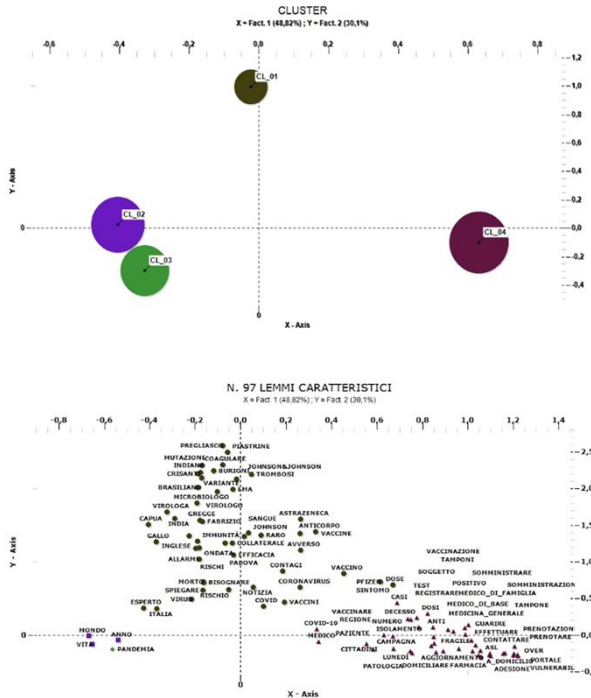


FIGURA IV.VI. I cluster della ricerca del 2021.

L’unico cluster del tutto nuovo, rispetto al primo carotaggio, era il numero 2, il secondo anche in ordine di grandezza rispetto agli altri. Vi si parlava di ciò che gli utenti di Facebook/Meta sentivano di avere appreso, a proposito del senso della vita e della loro concezione di quest’ultimo, nel corso della pandemia. Ne facevano parte tre tipologie di testi: una di carattere religioso, data la vicinanza temporale con la festività cattolica della Pasqua, una più politica e una di matrice filosofico esistenziale. Nella prima, i medici venivano visti come persone che avevano realizzato il disegno di Dio, volto — almeno così appariva a chi si esprimeva al proposito e in quel periodo, in cui l’epidemia

di Sars-Cov-2 sembrava in regressione — a proteggerci e, in generale, a fare il nostro bene. Nella seconda, si rifletteva sul fatto che la maggior parte di noi avesse dimostrato paura e passività, nell'affrontare il Covid-19, tanto da criticare l'idea secondo cui si sarebbe dovuto considerare eroico il comportamento di chi aveva accettato di chiudersi in casa in nome del bene comune. Non si faceva riferimento diretto ai medici, in realtà, ma è facile immaginare che chi la vedeva in questo modo fosse a favore del personale sanitario che aveva curato i malati e molto meno di quello che aveva avallato la decisione delle autorità politiche di limitare gli spostamenti delle persone, nei momenti più critici della pandemia. Infine, c'era una tipologia di testi in cui erano proprio gli stessi medici a esprimersi, spiegando ciò che avevano appreso nei lunghi mesi di lotta al virus: essi affermavano di essere cresciuti soprattutto dal punto di vista umano, avendo imparato a farsi carico anche della sofferenza emotiva dei loro pazienti, nei confronti dei quali avevano sentito una grande empatia. Questo genere di discorsi, nei quali i dottori non si autorappresentavano come i freddi depositari di un sapere scientifico oggettivo, ma come soggetti dotati di passioni, che avevano compiuto un percorso di trasformazione interiore e di miglioramento individuale, ricordavano molto quelli del mito del medico appassionato, di cui ho scritto nel terzo paragrafo di questo lavoro.

6. Alcune riflessioni metodologiche

Come anticipato nell'introduzione, ho concepito la ricerca riportata in queste pagine con due obiettivi: riflettere sul mito della figura del medico nel corso della pandemia e ragionare, da un punto di vista metodologico, su come integrare le tecniche sociologiche di natura quantitativa per l'analisi del contenuto di grandi moli di dati e quelle semiotiche di matrice qualitativa — un tema, quest'ultimo, molto rilevante, quando si vuole studiare il modo in cui si parla di un determinato argomento sui social network, come spesso accade oggi e come è capitato a me.

A questo proposito, T-Lab, il software di cui mi sono servito, si è rivelato molto utile, avendo raggruppato una lunga serie di testi secondo alcune logiche statistiche, legate alla frequenza della co-occorrenza

delle parole in certe configurazioni, che mi hanno consentito di costituire delle tipologie di contenuti effettivamente affini⁽²⁾, indicandomi addirittura quelli più rappresentativi di ogni cluster, ma consentendomi, volendo, di vedere tutti gli altri che appartenevano al medesimo gruppo: un'opportunità, questa, che mi è stata molto utile per mettere a fuoco le varie sfumature dei discorsi che ho studiato e descritto. D'altra parte, come si è potuto verificare nelle Fig. IV.V. e IV.VI., T-Lab mi ha restituito dei contenuti di cui non era in grado di dire il significato, bensì solo il peso statistico, e di cui sapeva mostrare, al limite, le parole chiave più rappresentative. Per questo, è stato necessario analizzare i testi costitutivi dei vari cluster con un metodo semiotico qualitativo.

Il metodo che ho utilizzato è quello tipico della sociosemiotica strutturalista, che ho già descritto altrove (Santangelo 2012, 2021a e 2021b), volto a determinare il senso dei singoli testi, in rapporto al contesto culturale in cui essi circolano. In particolare, ho cercato di capire se ci fosse, allo stesso tempo, un'affinità nei temi trattati e nelle posizioni assunte sul medesimo tema, prima all'interno dei contenuti dei vari cluster, poi tra questi ultimi e una serie di altri contenuti che non facevano parte del corpus d'analisi costruito con T-Lab, ma di cui conoscevo già la significatività (i miti sui medici che ho descritto nel paragrafo 2). L'ho fatto, servendomi degli strumenti d'analisi della semiotica narratologica di derivazione greimasiana, che mi hanno consentito di trarre una conclusione che avanza qui e che è basata sulla comparazione della struttura di tutti i testi che ho utilizzato per condurre questa ricerca, sia quelli che ho rintracciato su Facebook/Meta, sia quelli che vi ho collegato, ritenendo che questo collegamento fosse, per l'appunto, significativo.

Mi sono reso conto che la maggior parte dei discorsi sul mito dei medici nella società contemporanea e nel corso della pandemia sono incentrati sulla costruzione di narrazioni in cui si oppongono una *istanza di destinazione collettiva* (Ferraro 2012, pp. 172-174), che detta il modo in cui deve essere letta oggettivamente la realtà nella nostra società e che, di conseguenza, fornisce i principi a cui tutti devono aderire, se ne

(2) Il caso più eclatante è quello della diatriba tra Crisanti e Pregliasco, che molto spesso non veniva citata, nei post che abbiamo analizzato, i quali parlavano dell'uno o dell'altro virologo, senza collegarli direttamente, anche se le loro vicende avevano davvero un legame, da un punto di vista semantico.

vogliono far parte, e una *istanza di prospettività individuale* (Ferraro, *ibidem*) soggettiva, incarnata dagli individui che devono decidere se accettare questa visione delle cose e comportarsi di conseguenza. Il problema è che tra queste due istanze, come avviene spesso nelle narrazioni che utilizziamo oggi per raccontare il senso della nostra esperienza quotidiana, c'è un attrito, basato sulla convinzione che i valori su cui si fonda la concezione del mondo di chi ci vorrebbe governare o guidare non siano quelli più adatti a noi, perché si basano su interessi che non ci appartengono (Santangelo 2021b). Da qui derivano le critiche alle istituzioni e al neoliberalismo che ho riscontrato nel cluster 1 del 2020, ma anche le ragioni della diatriba tra Crisanti e Pregliasco nel cluster 2 dello stesso anno. I medici, in questo scenario, quando sono stati visti come personaggi positivi, sono stati raccontati o come quelli che stavano dalla parte dell'istanza di destinazione al potere che si prendeva cura nella maniera migliore dei cittadini loro pazienti (si pensi allo stesso Pregliasco, pronto a iniettarsi il vaccino approvato dalle autorità nazionali e internazionali in diretta tv, o a Burioni e gli scienziati che, nel cluster 1 del 2021, avallavano le scelte giuste delle istituzioni, oppure ancora ai depositari del sapere medico di cui tutti si fidavano, nei cluster 4 del 2020 e 3 del 2021), oppure come coloro che erano chiamati a dare origine a un'altra istanza di destinazione, più affidabile, all'interno della propria comunità scientifica (Crisanti) o sul territorio, insieme con i malati che dovevano guarire (i dottori morti per fare il loro dovere in assenza delle istituzioni). Oppure, ancora, essi venivano tratteggiati come quei singoli individui che, con la loro istanza di prospettività soggettiva, lottando duramente contro una realtà ingiusta e dolorosa, apprendevano qualche cosa che li faceva crescere come persone, come nel cluster 2 del 2021. Ma, nei discorsi che sono circolati su Facebook/Meta e non solo, c'erano anche quei medici che si erano lasciati sedurre dall'istanza di destinazione malvagia che, secondo alcuni, dominerebbe nelle nostre società, portando avanti gli interessi di pochi (le case farmaceutiche, soprattutto, a giudicare dai testi del mio corpus), a scapito di quelli di tutti gli altri.

Il motivo di interesse della ricerca quali-quantitativa che ho condotto, però, è legato al fatto che un software come T-Lab mi ha consentito di valutare il peso statistico di questi veri e propri modelli culturali che ho appena descritto, permettendomi di vedere che, in fin dei conti,

quelli che hanno dato origine ai testi più critici nei confronti dei medici, della scienza e della nostra società in generale, hanno circolato molto poco sul social network che ho studiato, contrariamente alla vulgata comune, secondo cui questi contesti digitali sarebbero il terreno di coltura di un pensiero anti-sociale pericoloso, che deve essere combattuto. Sicuramente, il mio carotaggio e la mia esplorazione sono stati parziali, ma non ho dati che mi consentano di suffragare questa ipotesi, che forse è il frutto di un altro mito.

Riferimenti bibliografici

- Aristotele (IV sec. a.C.), *Ἠθικὰ Νικομάχεια* (trad. ingl. di M. Ostwald, *Nicomachean Ethics*, Bobbs Merrill, Indianapolis 1962).
- Barthes, R. (1957) *Mythologies*, Éditions du Seuil, Paris.
- Bandirali, E., Terrone, E. (2012) *Filosofia delle serie tv. Dalla scena del crimine al trono di spade*, Mimesis, Milano.
- Braga, P. (2008) *ER: medici in prima linea. Analisi della serie che ha cambiato la Tv*, Franco Angeli, Milano.
- Eliade, M. (1948) *Traité d'histoire des religions*, Payot, Paris.
- Ferraris, M. (2017) *Postverità e altri enigmi*, Il Mulino, Bologna.
- Ferraro, G. (2001) *Il linguaggio del mito*, Meltemi, Roma.
- Ferraro, G. (2012) *Fondamenti di teoria sociosemiotica. La visione neoclassica*, Aracne, Roma.
- Ferraro G. (2015) *Teorie della narrazione. Dai racconti tradizionali all'odierno storytelling*, Carocci, Bologna.
- Ferraro, G. (2019) *Semiotica 3.0. 50 idee chiave per un rilancio della scienza della significazione*, Aracne, Roma.
- Greimas, A. J. (1970) *Du sens*, Éditions du Seuil, Paris.
- Greimas A. J. (1983) *Du sens II — Essais sémiotiques*, Éditions du Seuil, Paris.
- Greimas A. J., Courtés J. (1979[2007]) *Sémiotique. Dictionnaire raisonné de la théorie du langage*, Hachette, Paris.
- Lorusso, A. M. (2018) *Postverità*, Laterza, Roma.
- Morin, E. (1962) *L'esprit du temps I. Névrose*, Éditions Grasset & Fasquelle, Paris.
- Ortoleva, P. (2019) *Miti a bassa intensità. Racconti, media, vita quotidiana*, Einaudi, Torino.

- Santangelo, A. (2012) *Sociosemiotica dell'audiovisivo*, Aracne, Roma.
- Santangelo, A. (2015) "Il male del medico moderno. La rappresentazione del chirurgo e della professione medica nella fiction americana", in M. Duca (a cura di), *Duecento. Storie, filosofie, medicine*, Antonio Dellisanti Editore, Lecce, 61–78.
- Santangelo, A. (2018) "Dalla fine all'inizio. La presa estetica nelle catastrofi come passaggio da una vecchia a una nuova visione del mondo", in V. Idone Cassone, B. Surace e M. Thibault (a cura di), *I discorsi della fine. Catastrofi, disastri, apocalissi*, Aracne, Roma, 57–72.
- Santangelo, A. (2021a) *Volti simbolici. Per una teoria sociosemiotica del volto*, "Lexia", 37–38: 503–520.
- Santangelo, A. (2021b) *Culturally significant symbolic faces. For a sociosemiotics of faces in films*, "Sign Systems Studies", 49 (3/4): 418–436.
- Vogler, C. (1992) *The Hero's Journey*, Michael Wiese Productions, Studio City.

PIATTAFORME MUSICALI

COSTRUZIONI MITICHE DELL'INDIVIDUALITÀ⁽¹⁾

JOSÉ LUIS FERNÁNDEZ⁽²⁾, Università di Buenos Aires

ABSTRACT: *This essay is part of a broader research on the representation of musicians on music streaming platforms. Like all social and media constructs, such representations cannot escape the mythical component of social life. After clarifying our conception of “myth”, we introduce a methodological proposal based on a socio-semiotic approach to mediatizations, also discussing significant antecedents of prior mediatization of the faces of musicians. Finally, we move to the analysis of the peculiarities of current representations on streaming platforms.*

KEYWORDS: *Musicians, music platforms, myth, mediatization, face.*

1. Introduzione: un viaggio nel “mito”

Una caratteristica costante dei processi di mediatizzazione del discorso musicale, segnati sin dalle prime decadi del xx secolo da una spinta verso l'industrializzazione, è la tensione oppositiva tra la creatività individuale del musicista, da un lato, e le norme dettate dall'industria, dall'altro.

(1) Questo lavoro è il risultato dell'incontro tra le ricerche dei progetti “Face Aesthetics in Contemporary E-Technological Societies” (FACETS), Università di Torino, e “Letra, imagen, sonido della Secretaría de Ciencia y Técnica”, Università di Buenos Aires.

(2) Traduzione di Valeria Visciglia, con revisione di Cristina Voto.

L'attuale movimento di “piattaformizzazione” della musica ha fatto riaffiorare simile tensione, creando un forte effetto di polarizzazione dell'opinione pubblica: da una parte si schierano coloro che credono che si tratti di un nuovo strumento per favorire il successo delle case discografiche; dall'altra, chi vi scorgono nuove opportunità per artisti indipendenti e alternativi, i quali, attraverso tali piattaforme, possono raggiungere un pubblico più vasto.

Per comprendere queste inevitabili “mitizzazioni” del presente, e circoscrivere la loro influenza ideologica, è utile riconsiderarne l'evoluzione storica. In tale percorso, come si vedrà, il mito si manifesta innanzitutto, in termini lévi–straussiani (v. Lévi–Strauss 1975, pp. 62–70), sotto forma di *bricolage*: che sia in forma narrativa o meno, la figura del musicista si compone di diversi frammenti che si *articolarono* in modo di volta in volta diverso producendo un determinato effetto stilistico.

L'approccio qui proposto mette dunque al centro il problema della mediatizzazione individuale del musicista, con un approfondimento specifico relativo alle *mediatizzazioni del volto*, inteso — in questa epoca di “iper–mediatizzazioni” — come «superficie di carne e senso da cui riceviamo il mondo e lo costruiamo nel rapporto con gli altri a essere l'ultimo baluardo della resistenza analogica» (Leone 2022, p. 7). Più specificamente, la nostra metodologia si basa sulla sociosemiotica delle mediatizzazioni, concepita come disciplina che studia gli scambi discorsivi mediatici attraverso uno sguardo in grado di riconoscere: 1) gli *effetti di senso* prodotti da diverse tecnologie; 2) le categorie generico–stilistiche generate a livello culturale; 3) le strategie di ricezione e uso che tutti gli scambi mediatici, con maggiore o minore successo, mettono in circolazione (v. Verón 1987; Traversa 2014, Fernández 2021b). Si propone, in altri termini, una metodologia per l'analisi dei fenomeni mediatici, e soprattutto di quelli che hanno una maggiore portata innovativa, attraverso una *semiostoria*, ovvero lo studio della serialità discorsiva delle mediatizzazioni.

A partire da simile prospettiva, si può riconoscere un processo di semiosi in trasformazione, quello che riguarda la rappresentazione e, al tempo stesso, costruzione *mitica* dell'individualità del musicista, *residuo* fortemente significativo della costruzione interstiziale dei discorsi su artisti più o meno famosi, e dei discorsi riguardanti la produzione e la circolazione di prodotti musicali nella nostra epoca.

Ciò conduce a una prima, fondamentale, questione: l'aspetto mitico di una nuova mediatizzazione tende a scomparire in una ricostruzione semi storica? Assolutamente no: è impossibile studiare le vite musicali mediatizzate senza fare riferimento alla dimensione mitica.

Simili premesse sono di cruciale importanza dal momento che, in ambito musicale, si stanno verificando una serie di fenomeni culturali proprio a seguito delle nuove mediatizzazioni: accesso, produzione e ricezione attraverso dispositivi mobili, produzione e commercializzazione collaborativa; nuovi processi industriali capitalisti svincolati dalla distribuzione di oggetti; nuovi circuiti *face to face* di performance musicali realizzate tramite *networking* (v. Fernández e Jáuregui 2015; Videla 2019).

2. Proposte di periodizzazione

L'approccio semi storico conduce inevitabilmente alla creazione di modelli di *periodizzazione* della serialità trasformativa delle relazioni fra musica e mediatizzazioni, intesi non tanto come costituzioni definitive di una storia delle mediatizzazioni, quanto come strategie discorsive.

Sulla scia di alcune riflessioni precedenti (Fernández 2017), descriveremo a seguire tre periodizzazioni principali⁽³⁾ tramite cui analizzare le attuali forme di vita musicali mediatizzate. In generale, a meno che non vi siano riferimenti specifici, ci occuperemo dei generi e degli stili della cosiddetta (non senza disaccordi) “popular music”.

2.1. *La periodizzazione interna: le trasformazioni degli oggetti musicali e delle loro implicazioni semiotiche*

Riflettere sulla materialità del suono e della musica e sulla loro trasposizione in un oggetto o in un file presuppone una certa complessità. Se, da una parte, è fondamentale fare distinzione tra diversi tipi di supporto,

(3) Periodizzare tenendo conto dei tre modelli con cui costruiremo il discorso semi storico, non è semplice, poiché richiede raccogliere informazioni provenienti da diverse fonti. Anche se per ogni periodizzazione ci baseremo sui tre modelli, non li menzioneremo sempre, per agevolare la comprensione dei periodi e dei processi.

che permettono una maggiore o minore permanenza e qualità del suono, e vari dispositivi tecnici in grado di produrre trasformazioni a livello semiotico, occorre ricordare che ogni *oggetto musicale* è caratterizzato da entrambe queste dimensioni.

Da un punto di vista storico, la mediatizzazione del suono ebbe inizio durante gli ultimi decenni del XIX secolo, con la cattura e la registrazione meccanica delle vibrazioni acustiche. Alla base di questo processo vi era il tentativo di trovare per il suono una mediatizzazione simile a quella della fotografia in ambito visivo.

Durante gli anni Venti del Novecento il grammofono diede inizio alla relazione discorsiva fra una matrice originale e la sua riproduzione in serie, creando un prodotto al tempo stesso musicale e industriale. La durata dei brani musicali iniziò dunque ad aggirarsi fra i 3 e i 4 minuti, adattandosi prima alla durata dei cilindri e poi dei dischi per grammofono. In questi stessi anni si consolidarono i grandi generi della popular music, come il tango, il bolero e il blues.

Negli anni Cinquanta, con l'arrivo dell'alta fedeltà (Hi-Fi), vennero innescate ulteriori trasformazioni relative al supporto⁽⁴⁾. La presenza del microscolco sui 33 e 45 giri, che sostituirono i 78 giri, permise infatti la creazione di brani di maggiore durata eseguiti da uno o più musicisti nei *longplay*.

La tappa successiva, in cui la tecnologia si legò strettamente alla semiosi musicale, è quello degli anni Sessanta, segnati dall'introduzione della *stereofonia* e di sofisticati processi di *registrazione elettronica*. La stereofonia, nata originariamente per riprodurre, o meglio, restituire la complessità dello spazio sonoro musicale, fu presto utilizzata non solo nella popular music sperimentale, ma in quella di massa, per creare effetti di postproduzione che non si potevano riprodurre dal vivo. Per la prima volta, in altri termini, un oggetto musicale semiotico aveva degli effetti non tanto sul suo ricevente, quanto sul suo creatore (Di Liscia 2010).

Infine, dal 1980 fino ai giorni nostri, la *digitalizzazione* ha attraversato un articolato processo di ri-definizione delle pratiche e modalità di produzione, riproduzione, distribuzione e ricezione della musica. La qualità del suono e le possibilità di conservazione e di copia hanno

(4) Nonostante tale tecnologia non fosse alla portata di tutti gli ascoltatori, è opportuno prendere in considerazione il suo contributo in termini di cambiamenti semio-musicali.

raggiunto un livello di qualità senza precedenti, grazie a un processo di industrializzazione che si è ben presto accompagnato a un vero e proprio processo di *democratizzazione* innescato dal formato *mp3* — il quale ha facilitato le operazioni di *download* degli oggetti musicali, mettendone in discussione l'intero sistema di vendita e distribuzione⁽⁵⁾, oltre alla nozione stessa di qualità del suono. Ciò ha dato inoltre origine a diversi interventi *remixatori* e *prosumatori* (v. Lapuente 2013; López-Cano 2018; Vargas 2021), che hanno ulteriormente inciso sulle dinamiche di significazione dell'oggetto musicale.

2.2. *La periodizzazione culturale: la musica nei suoi ecosistemi*

La musica è un elemento fondamentale di qualsiasi sistema culturale. Nella nostra cultura, sempre più inappropriatamente denominata *occidentale*, si ibrida con testi letterari e rappresentazioni iconografiche che esistono da sempre, e sono tutt'oggi molto diffuse. Per fare riferimento a questo tipo di dinamica, è utile richiamare la nozione di ecosistema mediatico⁽⁶⁾ (Scolari 2015), ovvero la compresenza e l'interazione di diverse mediatizzazioni all'interno di uno stesso sistema culturale.

Da questo punto di vista, riconosciamo una prima tappa, che qui denominiamo “ecosistema premediatico” della musica, utile a rilevare, nell'attualità delle mediatizzazioni musicali, elementi di lunga durata. È infatti impossibile pensare alla mediatizzazione musicale e al suo successo senza prendere in considerazione formati quali il concerto, dal modello *promenade*, con stagioni tematiche, alla *miscellanea*, con le sue variazioni locali (v. Weber 2011, pp. 59–112).

Segue il periodo dell'affermazione della musica come arte comprendente vari generi a diffusione internazionale, caratterizzato dei mezzi di comunicazione massa, e denominato “broadcasting” a partire dal consolidamento della radio negli anni Trenta. Si tratta di un ecosistema in

(5) Sebbene si assista oggi a una crescita dell'audiovisivo tramite il formato *mp4*, l'esplosione delle piattaforme musicali di streaming e dei podcast ha generato un nuovo interesse nei confronti dei discorsi del sonoro e un aumento della qualità acustica attraverso proposte di abbonamenti *premium*.

(6) Tenere conto degli ecosistemi mediatici è essenziale per analizzare le relazioni fra i sistemi discorsivo-mediatici e il contesto socioculturale in cui questi si inseriscono.

cui relativamente poche emittenti diffondono oggetti musicali a un numero indeterminato di ascoltatori. Già in questo contesto possiamo riconoscere una tensione, che si rivelerà una caratteristica costante, tra aspetti industriali e artistici.

Questo momento, per decenni egemonico, può a sua volta essere suddiviso in due periodi, caratterizzati da differenze degne di nota. Un primo periodo, che si estende tra gli anni Venti e Cinquanta del xx secolo, si basava esclusivamente su media sonori: il fonografo e la radio (che, grazie al telefono, arrivò in un secondo momento a includere anche la voce degli ascoltatori, permettendo loro di fare richieste in base ai propri artisti e temi musicali preferiti). Non fu però un mondo di puro suono, come testimoniato dalla presenza di supporti *multimediali* e *metadiscorsivi* quali i “mediagrafici”, dei dispositivi di natura scritta e fotografico–descrittiva (come, ad esempio, i ritratti degli artisti, le immagini degli ascoltatori e i dispositivi fonografici).

Il secondo periodo fu invece di tipo audiovisivo. Qui si affermò il grande sistema occidentale dei generi della popular music, che inglobò altresì grandi opere e figure della musica accademica. Fu in particolare con l'avvento della televisione, consolidatosi negli anni Cinquanta, che la musica mediatizzata diventò audiovisiva, come ben esemplificato dal caso del *rock and roll*, della *bossa nova* e della canzone italiana, con la circolazione internazionale del *Festival di Sanremo*. Questo non si tradusse in una perdita di centralità della dimensione sonora, ma cambiò radicalmente i modi di interazione dei musicisti con il pubblico. Lo show dal vivo passò alla televisione più velocemente di quanto non era accaduto con il radioteatro e la commedia musicale si trasformò ben presto in uno dei principali generi di Hollywood (Koldobsky 2008).

L'elemento visivo trovò inoltre espansione nella copertina, metadiscorso musicale di particolare importanza. Grazie alla sua ricchezza grafica, dopo gli intenti ritrattisti degli anni Cinquanta, divenne infatti una vera e propria forma di espressione artistica negli anni Sessanta.

L'apice dell'audiovisivo si manifestò negli anni Ottanta, con i videoclip e la diffusione di canali TV pensati appositamente per la loro diffusione (sebbene in gran parte destinati al fallimento, il che mette in evidenza i limiti che le piattaforme hanno imposto al modello dell'industria musicale basata sul broadcasting).

Infine, il periodo mediatico “ecologico”, che stiamo ancora vivendo, può essere denominato “post-broadcasting”. Con esso, a partire dagli anni Ottanta, la centralità delle emittenti musicali ha iniziato a essere messa in discussione, con una conseguente segmentazione dell’offerta. La ragione tecnologica di tutto questo processo è da rintracciarsi nel processo di digitalizzazione, che ha permesso un accesso orizzontale e non specializzato alla musica, grazie a nuovi modi di acquisizione del suono e di manipolazione dei file audio.

Le *piattaforme musicali streaming*, capitanate da Spotify, riportano indubbiamente un vantaggio economico, rispetto all’industria musicale tradizionale, improntato su un doppio servizio: un accesso di base gratuito, che aiuta semplicemente a limitare la pirateria, e uno premium, che si caratterizza per una più alta qualità del suono (più vicina a quella delle grandi uscite dell’industria musicale di massa). Soffermarsi su Spotify distrae però dagli sforzi che la stessa piattaforma ha compiuto, attraverso la sperimentazione con video e podcast, affinché la sua offerta non fosse annoverabile esclusivamente nell’ambito del discorso musicale, così come da quella che è probabilmente la piattaforma di distribuzione musicale più importante, YouTube, e da tutta una serie di altre piattaforme specializzate (solo per citare alcuni esempi: BandCamp che permette ai musicisti di aumentare la propria visibilità, Tidal in Hi-Fi e SoundCloud per le collaborazioni).

Accanto a questi scenari, non è venuta meno la diffusione dei concerti dal vivo, con memorabili tour di gruppi rock, e anche spettacoli di musica colta, consolidatisi come eventi di massa. A questi si sono aggiunti, da un lato, i grandi *rave*, con la poliedrica presenza dei *dj* — non più semplici “organizzatori” dei brani musicali, ma veri e propri “performer” di musica elettronica — e dall’altro, le relazioni tra piattaforme e artisti, che hanno portato alla creazione di circuiti quasi clandestini di produzione e commercializzazione musicale.

2.3. *La musica nei paesaggi sonori mediatici*

L’interazione della mediatizzazione musicale con i suoi diversi spazi di produzione, emissione e ascolto è centrale tanto per comprendere alcuni aspetti dell’industria quanto per comprendere la struttura che dà

risalto all'individualità del musicista come *pietra miliare* del circuito culturale. Queste relazioni, più che periodi, generano *strati di mobilità* che si depositano l'uno sull'altro (Scolari e Logan 2014).

Il primo momento, segnato dalla creazione della radio, del fonografo e dall'apparizione della TV, è quello dell'*ubiquità*, in cui il suono marcava la vita sociale, grazie alla sua estensione e a diverse modalità di ricezione. Nel libro *La radio: l'arte dell'ascolto* (1936), Rudolf Arnheim distingue due fasi dell'ascolto mediatico nello spazio pubblico: una prima caratterizzata dal fascino esercitato dai dispositivi radiofonici nei bar, i quali offrivano la possibilità di rimanere in contatto con la vita culturale (*ibid.*, p. 15); e una seconda in cui l'attraversamento della città restituiva trasmissioni provenienti da diverse emittenti (*ibid.*, p. 153)⁽⁷⁾.

Il momento successivo fu quello della *portabilità*, che prese piede a partire dagli anni Sessanta del xx secolo grazie alla *miniaturizzazione* tecnologica. Come risposta al boom televisivo nelle case, l'apparato radiofonico si rimpicciolì progressivamente per poter accompagnare l'ascoltatore nello spazio pubblico, durante passeggiate o manifestazioni sportive, o ancora in automobile, permettendo un ascolto individuale o collettivo.

Infine, il terzo momento, quello dell'attualità, è basato sulla *mobilità estesa* e sull'accompagnamento onnipresente di *smartphone* e auricolari, che permette l'individualizzazione dell'ascolto e la messa in relazione fra spazio sociale e spazio individuale, in quanto ogni individuo può innestare il proprio paesaggio sonoro nella scena sociale con cui interagisce. Sebbene non abbia eliminato tendenze dominanti a livello collettivo, questo momento ha influenzato tanto la ricezione quanto la produzione musicale, consolidando le piattaforme musicali come via di modellazione di fenomeni *mainstream*. Si tratta di un tratto cruciale del *post-broadcasting*, di cui abbiamo recentemente iniziato a studiare le conseguenze.

3. Il complesso cammino del volto del musicista

Ogni ecosistema mediatico costruisce miti relativi all'individualità in maniera diversa.

(7) In entrambi i casi, gli esempi riguardano la diffusione musicale e si possono dunque estendere anche all'ascolto fonografico.

Nel periodo pre–mediatico, compositori e musicisti si consideravano “proprietari” della musica che producevano. Il pubblico, passivo o danzante, si limitava a richiedere determinate opere, ballare e applaudire. Anche durante la prima fase di diffusione dei mezzi di comunicazione di massa, la vita privata e i comportamenti degli artisti rimasero per lo più sconosciuti al pubblico. Fu la televisione a mostrarne per la prima volta la corporeità e diversi aneddoti privati, gettando le basi di quella tendenza, oggi assai diffusa su piattaforme audiovisive quali YouTube, Instagram e TikTok, alla condivisione di dettagli intimi, ad opera degli stessi artisti, delle loro agenzie o dai vari *fan* e *hater* che li fotografano o filmano. Attraverso le periodizzazioni considerate, in altri termini, sono andati diffondendosi materiali che, in prospettiva lévi–straussiana, paiono attivare tutte le classificazioni saturanti del discorso mitico e le loro analisi comparative.

In particolare, è interessante riflettere sulla rappresentazione dell’interprete musicale attraverso la raffigurazione del volto. Legata in primis alla tradizione del ritratto, nato in ambito pittorico e in seguito divenuto uno dei generi centrali della fotografia, questa tendenza ha attinto anche dalla tradizione caricaturista, sulla base di un lungo processo che ha portato gradualmente all’individualizzazione del musicista.

Nei primi decenni dell’industria musicale, i grandi dischi in vinile si vendevano in buste di carta marrone, a loro volta inserite negli album, grandi cartelle che si ordinavano in discoteca (Fernández *et al.* 2008) e non offrivano particolare caratterizzazione dei loro autori.

L’avvento di riviste e pubblicazioni grafiche nell’epoca del broadcasting, segnò il passaggio al ritratto fotografico, senza ricorrere a particolari effetti estetizzanti. L’obiettivo era infatti quello di generare e diffondere dei referenti visivi di artisti più o meno conosciuti dalla massa, presentandoli nella loro corporeità.

In questo periodo, le richieste di produzione degli apparecchi e di produzione dei dischi si svilupparono sempre più autonomamente, portando i dispositivi, da una parte, e gli oggetti musicali, dall’altra, a strutturarsi come universi indipendenti.

Con l’arrivo del *longplay* e di nuovi materiali come il vinile, si iniziò a pensare al disco come una vera e propria opera degli artisti e come un modo per far conoscere il loro repertorio. Le copertine divennero allora

il grande metadiscorso dell'opera musicale commercializzata, dando un rilievo sempre maggiore ai volti dei musicisti, talvolta rivolti in camera, talaltra orientati diversamente, spesso in relazione a particolari azioni (dal cantare ad altre pratiche).

In seguito, si aprirono inoltre diverse possibilità di estetizzazione e risemantizzazione della figura del musicista, ad esempio attraverso la mediatizzazione della performance artistica e dalla sofisticazione vestimentaria (esemplare è, in questo senso, la variabilità rappresentativa di musicisti come Elvis Presley, in continuità con la loro biografia), il (re-)design grafico e la contaminazione con altre tendenze artistiche e culturali (come ben esemplifica la copertina di "Axis: Bold As Love", album del 1967 della band britannico-statunitense The Jimi Hendrix Experience, chiaramente influenzata dall'estetica della pop-art, dell'induismo e della psichedelia).

Sebbene non esauriscano tutte le tendenze che hanno trovato spazio sulle copertine di dischi e (successivamente, seppur in forma più limitata) audiocassette e Compact Disk, questi esempi mettono in evidenza la complessità e la grande variabilità caratterizzanti la rappresentazione del volto degli artisti musicali.

Se agli inizi del broadcasting e dell'industria musicale corrisponde un regime di *ipovisione*, marcato dall'assenza di immagini sofisticate e su una funzione prettamente referenziale del ritratto fotografico, a partire dagli anni Sessanta si registra il passaggio a un regime di *ipervisio-*ne (v. Fernández *et al.* 2008). Il volto del musicista è rappresentato in modi molto diversi, non solo attraverso ritratti fotografici, ma anche con soluzioni grafiche di vario tipo e utilizzo. Se, infatti, al loro esordio, le piattaforme musicali *streaming* sembrano aver innescato un ritorno all'ipovisione, con il tempo la loro offerta visiva si è fatta sempre più sofisticata — forse a causa dell'ampia diffusione che hanno i video musicali su YouTube, o forse per l'importanza dell'immagine costruita da ciascun artista su Instagram e Pinterest.

La homepage di Spotify appare così organizzata come un *catalogo*, in due sensi: inventario di un'ampia offerta musicale, sulla scia delle grafiche pubblicitarie delle etichette discografiche negli anni Sessanta e Settanta del secolo scorso; e anche dei diversi modi di costruzione delle copertine dei dischi. Un catalogo in cui il volto continua ad avere

un'importanza cruciale, affiancandosi a nuovi formati e discorsi visivi (si pensi al *meme*, in continua crescita come alternativa discorsivo-cognitiva, v. Navarro Flores 2022) che mostrano come, nell'epoca della piattaformizzazione, l'effetto di novità dell'individualità tenda a perdere la propria autonomia, ibridandosi con tendenze di vario tipo. Di questo, tuttavia, ci proponiamo di occuparci in dettaglio in lavori futuri.

Riferimenti bibliografici

- Arnheim R. (1980) *Estética radiofónica*, Gili, Barcelona.
- Di Liscia O. P. (2010) *Algunas reflexiones sobre la espacialidad del sonido en el marco de la producción discográfica comercial y la música electroacústica*, "L.I.S.", 5: 158–162.
- Fernández J. L. (2017) "Las vidas de lo musical: transformaciones mediáticas", in A. N. Pardo (a cura di), *Semiótica: comunicación, cultura y cognición*, Editorial Universidad Nacional de Colombia, Bogotá, 71–87.
- Fernández J. L. (2018) *Plataformas mediáticas. Elementos de análisis y diseño de nuevas experiencias*, La Crujía, Buenos Aires.
- Fernández J. L. (2021) "Entre el rostro y la voz: mediatizaciones de la individualidad en plataformas mediáticas", *deSignis*, 01: 61–74.
- Fernández J. L. et al. (2008) *Momentos de visualidad en lo fonográfico—L.I.S. Ciudad mediatizada*, 2, UBACyT, Buenos Aires.
- Fernández J. L. e J.A. Jáuregui (2015) "El networking musical porteño: el tango en la ciudad mediatizada", in H. Vargas e T. Karam (a cura di), *De norte a sur: música popular y ciudades en América Latina*, Secretaría de la Cultura y las Artes de Yucatán D. R. Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, Mérida, 413–440.
- Koldobsky D. (2008) *El fonografismo visto desde el cine*, En: "L.I.S. Ciudad mediatizada", 1: 105–114.
- Lapuente M. (2013) "Los conciertos en vivo y su procesamiento en las redes: la experiencia social de la música en YouTube", in J. L. Fernández (a cura di), *Postbroadcasting. Innovación en la industria musical*, La Crujía, Buenos Aires, 67–80.
- Leone M. (2022) "Metavolti, volti a metà e volti-meta", in M. Leone (a cura di), *Il metavolto*, FACETS Digital Press, Torino, 4–18.

- Lévi-Strauss C. (1975) *El pensamiento salvaje*, Fondo de Cultura Económica, Ciudad de Mexico.
- López-Cano R. (2018) *Música dispersa*, MUSIKEON Books, Barcelona.
- Navarro Flores I. (2022) *Los autores de memes en Instagram y la mediatización de la música urbana en España*, “Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación”, 9 (17): 78–102.
- Scolari C. A. (2015) “Ecología de los medios: de la metáfora a la teoría (y más allá)”, in C. A. Scolari (a cura di), *Ecología de los medios. Entornos, evoluciones e interpretaciones*, Gedisa, Barcelona, 15–42.
- Scolari C. A. e R. Logan (2014) *El surgimiento de la comunicación móvil en el ecosistema mediático*, “L.I.S. Ciudad mediatizada”, 11: 67–82.
- Traversa O. (2014) *Inflexiones del discurso. Cambios y rupturas en las trayectorias del sentido*, Santiago Arcos Editor, Buenos Aires.
- Vargas E. (2021) *La construcción del rostro en la escena hiphop-trap argentina: el caso Cazzu en Instagram*, “deSignis”, 01: 135–146.
- Verón E. (1987) *La semiosis social*, Gedisa, Barcelona.
- Videla S. (2019) *Vidas on/off line de lo musical: plataformas mediáticas y espectáculos en vivo en centros culturales*, “Revista Sociedad”, (39): 227–240.
- Weber W. (2011) *La gran transformación en el gusto musical*, FCE, Buenos Aires, 59–112.

LA RADIO

INNOVAZIONE DEI LINGUAGGI E MITO

GIUSEPPE MORELLO, RTL 102.5 e Università degli Studi di Torino

ABSTRACT: This essay explores when and to what extent radio has proved able to innovate its own language and that of other media, also affecting public and social talk and conversation. Our hypothesis is that radio had a great influence on language up until the 1990s, then its innovative driving force wore out, first due to private television and then to the advent of digital technologies. The essay also explores the relationship between radio and myth. Although such a relationship is not a strong one, it can be traced back to the acceptance of myth as a celebration of the achievements of different types of heroes (i.e., politicians, musicians, artists and athletes). In this sense, radio has contributed to the creation of the myth of Mussolini, as well as to that of many athletes of the past (especially footballers and racing cyclists) and various rock stars of the 1970s. The mass media, like tv and the Internet, seem to have deprived radio of its “mythopoeic power”.

KEYWORDS: Radio, language, myth, innovation, digital.

I. La radio inventiva: remediation, tormentoni e nuovi formati

La trasmissione radiofonica cominciava esattamente un secolo fa, e da allora la radio ha attraversato tutti i grandi cambiamenti del Novecento (il secolo delle comunicazioni di massa e del *broadcasting*), non solo

quelli politici e sociali, ma soprattutto quelli mediatici e in senso lato semiotici, talvolta rispecchiandoli e talvolta contribuendo a provarli o a rafforzarli, come è accaduto con il fascismo e con la contestazione degli anni '60-'70⁽¹⁾.

La radio è un dispositivo semiotico che produce effetti di senso attraverso un "linguaggio" che si articola in più dimensioni, la principale e più generale delle quali consiste nell'organizzare e trasmettere via etere, in ordinata e lineare sequenza temporale — lungo un asse sintagmatico suddiviso per fasce orarie della giornata e per segmentazioni dei sessanta minuti di cui è costituita un'ora — contenuti sonori coerenti, secondo quella che comunemente chiamiamo linea editoriale o identità di un'emittente.

A un livello generale, dunque, un'emittente, analogamente a quanto accade con la *dispositio* della retorica antica, comunica innanzitutto attraverso il modo in cui ha scelto di segmentare le ventiquattro ore della giornata e i sessanta minuti di un'ora o in che ordine far susseguire i contenuti da proporre al pubblico. Potremmo dire che, in un certo senso, questa è la dimensione sintattica del linguaggio radiofonico. Da questo punto di vista, diventano rilevanti il tipo di combinazione di parole e musica e in che dosi vi compaiono i tre ingredienti fondamentali della radio: intrattenimento, informazione e cultura, fissati già nel 1922 da una celebre tripartizione dello storico direttore della BBC, John Reith⁽²⁾.

A questa dimensione appartengono certamente anche tutti gli inserti sonori che le emittenti usano come punteggiatura e come segno distintivo (jingle, station break, sigle, effetti, ecc.).

Ma al di sotto di questo livello generale, i linguaggi della radio, come dicevamo, si articolano su più piani. Vi è un livello linguistico-semantico che riguarda i contenuti di cui la radio si occupa e che propone ai suoi ascoltatori attraverso il parlato. Uno di questi è certamente quello della lingua, che riguarda il registro linguistico, le scelte lessicali, i tabù e le trasgressioni, e così via (cfr. Atzori 2002).

(1) Per tutti i riferimenti alla storia della radio, quando non diversamente specificati, si veda Monteleone (2005).

(2) Sulla vicenda della prima BBC e del suo storico direttore v. McIntyre (1993).

Nella dimensione pragmatica contano invece il rapporto con il pubblico e le modalità di quella che Benjamin chiamava “interpellazione” (cfr. Bonini 2013b), il modo in cui i conduttori dialogano tra loro, come si rivolgono agli ascoltatori in generale, come interloquiscono con gli ascoltatori che intervengono in diretta al telefono, e così via.

A metà strada tra questi due piani vi è quello dei generi radiofonici (il documentario, il radiodramma, l’informazione, la radiocronaca, ecc.), che qui useremo in modo intuitivo, consapevoli della problematicità della nozione di genere indicata da Bonini: «L’informazione è sempre più narrazione e spettacolo (infotainment), l’intrattenimento contiene in sé molti elementi informativi ed educativi (gli infra-saperi di Roland Barthes) ed è sempre più complicato parlare di generi radiofonici» (2013b).

La radio è stata certamente un dispositivo capace di innovare i linguaggi, non solo il proprio, ma anche quello di altri media e persino quello della conversazione sociale, in più d’una delle dimensioni che abbiamo enumerato. Ovviamente la sua capacità innovativa è stata inversamente proporzionale all’affollamento del panorama mediatico di ogni determinata epoca.

Visto che la radio come mezzo di comunicazione di massa ha appena compiuto i cento anni, è facile far corrispondere il suo contributo all’innovazione dei linguaggi ad alcune fasi della sua storia.

Al momento della sua invenzione, essa era sostanzialmente una scatola vuota che andava riempita secondo modalità inedite e con pochi modelli a cui ispirarsi. La scelta più ovvia fu quella di guardare a ciò che già esisteva, per tradurre, per così dire, linguaggi e formati già funzionanti altrove in versione radiofonica. Nasceva così quel fenomeno che Bolter e Grusin (2000) hanno definito *remediation*, e che in breve consiste nel fatto che un nuovo medium prenda a prestito contenuti, generi e formati già esistenti o in altri media o nel mondo reale⁽³⁾.

Grazie a questo meccanismo, il teatro diventava radiodramma; sul modello del quotidiano e del cinegiornale nasceva il notiziario

(3) Il fenomeno potrebbe ricordare la traduzione intersemiotica, ed è il caso di opere letterarie e teatrali riadattate alla radio, ma solo in parte perché si riferisce non tanto all’adattamento di una singola opera a un medium diverso da quello per cui è stata concepita, ma di interi generi. Meglio sarebbe dire che una è conseguenza dell’altra.

radiofonico, dal romanzo d'appendice a puntate lo sceneggiato radiofonico o la soap opera, l'intrattenimento era ricalcato sulla rivista e il varietà, il fumetto ispirava la sit-com, mentre il documentario replicava il cine-documentario (cfr. Bonini 2013b).

La *remediation* non fu passaggio neutro. Nel tempo (e in alcuni casi molto presto) il radiodramma⁽⁴⁾ e l'intrattenimento radiofonico, come il notiziario e il documentario, pur portandosi dietro l'ombra del modello a cui erano ispirati, divennero oggetti autonomi sotto ogni punto di vista, con regole proprie e persino una loro estetica⁽⁵⁾.

Quello che inizialmente fu un prestito divenne dunque un'appropriazione. Il radiodramma da semplice adattamento divenne opera originale, con una attenzione specifica da parte degli autori, già in fase creativa e di scrittura, alle caratteristiche precipue del mezzo radiofonico e alle modalità di fruizione. Nasceva un prodotto comunicativo autonomo poiché non si trattava semplicemente di enfatizzare attraverso i più svariati (e talvolta rocamboleschi) espedienti sonori alcuni passaggi di un racconto, usando così il suono in maniera ancillare rispetto al testo, ma di concepire opere che già nell'intreccio o nel tema scelto e nel suo trattamento (come nel caso dei documentari) si prestassero particolarmente al racconto radiofonico, la cui principale peculiarità è il fatto di essere ascoltato e non visto.

Esemplari da questo punto di vista furono opere come *Danger* di Richard Hughes (1924), radiodramma ambientato in una miniera, e sull'altro versante *Clausura* di Sergio Zavoli (1957), documentario sulla vita di un monastero di monache di clausura. Due prodotti che incarnavano il concetto (ricalcato su quello di fotogenia) di *radiogénie*⁽⁶⁾, intesa come la caratteristica che hanno quei fatti o quelle circostanze che si prestano felicemente al racconto radiofonico. Nei due esempi citati la radio, "mezzo cieco", raccontava un mondo "buio" per eccellenza come una miniera, o esplorava un luogo inaccessibile agli occhi come un monastero di clausura.

(4) Sul radiodramma si veda Crook (1999).

(5) Sullo statuto estetico della radio si vedano le riflessioni di Adorno (2004) e Benjamin (2003), ma anche Arnheim (1936), Eco (1964) e Bonini (2013b).

(6) Per una sintesi sul senso e l'oblio di questo termine e sul suo recupero cfr. Bonini (2013b).

Accanto a questi “prestiti”, la radio inventò sin da subito anche suoi propri formati che magnificavano ed esaltavano alcune caratteristiche tecniche del mezzo, prime fra tutte la possibilità di parlare in diretta e la relativa facilità di trasmissione. Il caso più emblematico fu la radiocronaca, sia quella di grandi eventi di piazza che quella sportiva. Vero è che la radiocronaca potrebbe essere considerata in un certo senso una forma di *remediation* dell’articolo di giornale, ma con due differenze non secondarie: innanzitutto, mentre l’articolo del giornale è fatalmente una sintesi dell’evento, la radiocronaca è una sorta di racconto in scala uno a uno. Inoltre, non è irrilevante il fatto che la radiocronaca si svolga in diretta e racconti i fatti nel loro svolgersi, mentre il report giornalistico viene comunque letto (e talvolta anche scritto) molte ore dopo che l’evento ha avuto luogo. Non ci sono dubbi invece su un genere squisitamente radiofonico e tra i più longevi e imitati come *Tutto il calcio minuto per minuto*, che vedeva la luce già nel 1959⁽⁷⁾.

A un osservatore astigmatico e con poca propensione alla profondità storica, potrebbe sfuggire la portata innovatrice di questi fenomeni. Non va tuttavia dimenticato che parliamo di un momento in cui il paesaggio mediatico era piuttosto rarefatto, se paragonato a quello di oggi, e occupato sostanzialmente solo da giornali e cinema, e dal 1954 in poi da una tv allo stato nascente.

Con l’arrivo degli anni ’60 e la diffusione della televisione, pareva che il contributo della radio fosse esaurito e con esso le sue potenzialità innovatrici. E invece eravamo alla vigilia di un paio di decenni che si sarebbero rivelati di sfrenata creatività, di sperimentazione diffusa e di innovazione continua e pulviscolare.

La radio, con il guizzo dettato dall’istinto di sopravvivenza, inaugurava alcuni fenomeni comunicativi che poi avremmo visto ripetersi con Internet, sebbene su scala diversa. Finiva il mondo del *broadcasting* come comunicazione unidirezionale. Il fenomeno delle “radio pirata” prima e delle “radio libere” poi facevano diventare la radio aperta agli ascoltatori (a cui essa cominciava a dare voce), irresponsabile, caotica e inventiva, demenziale e politicamente impegnata, notturna, intimista e musicofila, in certi casi genialmente sgangherata, in altri precocemente

(7) Sul giornalismo radiofonico in Italia v. Menduni (2003) e Morello (2013).

professionale. Si noti incidentalmente che gli USA, dove il modello iniziale non era quello monopolistico e pubblico come in Europa, bensì un modello da subito privato e concorrenziale, sperimentarono sin da subito una fase di analogia creativa, anche se in forma meno caotica e soprattutto in una cornice di legalità.

In Europa il monopolio delle radio pubbliche sul modello della Rai o della BBC venne aggredito da emittenti improvvisate, in una condizione di illegalità talmente diffusa da essere tollerata (cfr. Bonini 2013a, oltre che Monteleone 2005 e Murialdi 1984).

Fu una rivoluzione, da molti punti di vista, ma soprattutto sul fronte dei linguaggi. Si superava il testo scritto e si inaugurava un parlato informale e colloquiale che la TV avrebbe sperimentato solo anni dopo.

In questa fase storica la radio da un lato assorbe e riproduce le forme e i cambiamenti nella comunicazione che già sta avvenendo altrove grazie ai movimenti studenteschi (e in certi casi ne diventa anche lo strumento), dall'altro diventa origine di nuove invenzioni semiotiche, in particolare sul lato pragmatico e sintattico. È l'epoca del rock e dei microfoni aperti, delle migliaia di emittenti dalle quali si alza un voci sempre più variegato. Ed è la prima volta che un medium (accadrà di nuovo con Internet) prende forma o si innova con il contributo diffuso e incontrollato di migliaia di improvvisati operatori, di dilettanti che cominciano per scherzo, per poi ritrovarsi nei panni dei pionieri della moderna radio nei decenni successivi.

Gli anni '60 furono un momento di passaggio cruciale per le comunicazioni di massa in generale, come testimonia la rinascita della semiotica e il suo imporsi come disciplina accademica, proprio nel tentativo di dotarsi di strumenti utili a capire il cambiamento mediatico di quegli anni. Nel caso della radio si passava dall'emittenza pubblica monocorde, monopolistica, ispirata a modelli della cultura alta e per ciò stesso didascalica, paternalistica, ancorata al testo scritto e alla corretta dizione, con linguaggio e contenuti sorvegliati, a una radiofonia in diretta, con contenuti e linguaggio non controllati; una radio politica, militante e dialogica, e delle telefonate del pubblico non filtrate.

È anche l'epoca in cui nasce un nuovo profilo di comunicatore, il *disk jockey*: esperto di musica, intrattenitore, intenditore, narratore,

sciamano in possesso di un sapere spesso esclusivo, come le storie sulle leggende del rock, le nuove uscite discografiche, le innovazioni compositive e le correnti musicali (cfr. Bonini 2013b).

Ciascuno di questi fatti avrà conseguenze a cascata incalcolabili, primo fra tutti il seppur lento, tardivo e contraddittorio adeguarsi della Rai a quel cambiamento di paradigma, merito in larga parte di quello che, in omaggio a Renzo Arbore⁽⁸⁾, potremmo definire il “format Arbore”, caratterizzato da spirito dissacrante, ironia, attenzione alla musica e ai consumi giovanili, in una sorta di mondo protetto in cui si ride e si scherza più liberamente che su altri media — caratteristica che ritroveremo anche nella radio dei decenni successivi e in larga parte anche in quella di oggi, imprinting di quel passato “pirata” e più autentico.

Ma l’innovazione più gravida di conseguenza fu l’introduzione sempre più ampia della trasmissione in diretta, che portava con sé un nuovo rapporto con gli ascoltatori, la possibilità di intervenire in voce e, appunto, in diretta, la fruizione di un prodotto in fieri e non già scritto, la magia del contatto con altri che ascoltano e a cui siamo, seppur blandamente, connessi (Menduni 2013).

Grazie alla diretta e all’impiego di questa in fasce orarie prima trascurate e poi riscoperte per effetto della concorrenza della tv, assieme alla possibilità dell’ascolto in mobilità (frutto del rimpicciolimento dell’apparecchio per l’invenzione del transistor), la radio conquisterà per esempio il primato della tempestività dell’informazione, secondo il noto adagio per cui la radio dà le notizie, la tv le fa vedere e il quotidiano le commenta.

Anche in questo caso si rischia di sottostimare la portata di questi cambiamenti se si evita di commisurarli all’Italia degli anni ’50 da cui, per contrapposizione, originano. Con la diretta nasceva anche la radio “tribale”, il primo social media (il maggio francese, i movimenti degli anni ’70, le radio della Bologna del DAMS, l’esperienza di Radio Alice e dei vari collettivi studenteschi), che però aveva soprattutto nella musica la fonte di identificazione.

Questa è la radio che negli anni successivi avrebbe cambiato anche alcune abitudini linguistiche degli italiani, inaugurando il fenomeno

(8) Per approfondimenti, v. Sortino 2020.

dei cosiddetti “tormentoni” — espressioni, frasi o battute ripetute ossessivamente nelle trasmissioni (anche come segnale di riconoscimento e identificazione) fino a diventare di uso diffuso anche nei discorsi privati (anche in questo Arbore fu precursore).

L’ultima innovazione sistemica anteriore all’avvento delle tecnologie digitali è la radio nata negli anni ’90 dopo la legge Mammì. La regolamentazione del mercato delle frequenze e la possibilità di vendere queste ultime, permise la nascita dei grandi network, il che comportò l’introduzione dei format di ispirazione statunitense, la nascita in senso compiuto della radio di flusso con un linguaggio e una sintassi totalmente inediti. Nasceva la radio a target o format radio⁽⁹⁾, basata sul clock che replica ogni ora lo stesso schema e che si presta a un ascolto distratto⁽¹⁰⁾.

Con gli anni 2000 la radio, pur mantenendo il suo pubblico e anzi accrescendolo, ha tuttavia ridotto la sua capacità di essere fucina di nuovi linguaggi. Nell’ultimo ventennio non abbiamo assistito a significativi cambiamenti. Ci sono state certamente produzioni innovative, e vale la pena di citarne alcune: è il caso di *Alcatraz* di Diego Cugia del 1998, un’idea originale per rispolverare la fiction a puntate; gli show di Fiorello che, prima a Radio 2 e poi a Radio DeeJay (2001–2019), ha riproposto per anni una versione moderna del varietà radiofonico, fatto di interviste, gag, ospiti, imitazioni, canzoni parodiate, scherzi telefonici. Meritano una menzione anche, sul lato della fiction, *Amnesia* di Matteo Caccia su Radio 24 (2009) e *La Zanzara*, in onda su Radio 24 che dal 2006 ha introdotto in Italia un formato prevalentemente americano e inusuale nella radiofonia nazionale italiana, l’*hot talk* (schierato, aggressivo, dal linguaggio diretto ed esplicito, su temi caldi, con toni alti).

Con l’arrivo del digitale la radio, come gli altri media tradizionali, ha cominciato in un certo senso a inseguire una rivoluzione che non le appartiene, ma che aggredisce gradualmente alcune sue arterie vitali, non proprio i capillari periferici.

La radio subisce oggi, al pari di altri media tradizionali, lo sconvolgimento del digitale, inteso nel senso più ampio (web, social media, smartphone, ecc.). La concorrenza dei mezzi digitali è per la radio

(9) Cfr. McCourt e Rothenbuler (2004).

(10) Sulla distinzione tra ascolto serio e ascolto distratto v. Lacey (2003, 2013).

particolarmente insidiosa perché non è frontale e diretta, ma è una sorta di accerchiamento che erode alcuni aspetti caratterizzanti della radiofonìa, nella gran parte dei casi uno alla volta e da fronti diversi.

Sta accadendo in pratica che la radio non abbia più l'esclusiva su alcuni aspetti della comunicazione, oggi condivisi con altri soggetti che in molti casi vantano una maggiore efficacia. Una concorrenza che riguarda proprio i tratti caratterizzanti di cui abbiamo parlato sinora. Vediamoli:

- La portabilità, non più esclusiva della radio, non tanto per i primi cellulari, ma certamente per gli smartphone, in grado di integrare al proprio interno altri media;
- La tempestività dell'informazione, che in moltissimi casi vede oggi i social e il web più veloci;
- La diretta, con il corollario di “effetti di presenza” ed “effetti di realtà”, ormai patrimonio persino dei singoli utenti social, oltre che largamente praticata in TV e sul web;
- Il rapporto privilegiato con i giovani e i loro consumi, ormai appannaggio di piattaforme come *Tik Tok*, *Instagram* o fenomeni analoghi;
- L'“effetto tribù”, oggi moltiplicato da svariate appartenenze a gruppi social, chat, siti web, forum.
- Un flusso illimitato di musica, che ormai sgorga senza limiti da piattaforme come Spotify e simili;
- I formati di parola come la conversazione, il documentario, il reportage e l'approfondimento, che sono stati stabilmente adottati dai podcast (Lupo 2019) e da social come Clubhouse.

Si tratta di una concorrenza multipla e differenziata, ma anche per questo debole, perché ciascuna delle innovazioni che abbiamo indicato *non è* la radio, che tutte le riassume, ma è un po' come se fosse “radio venduta sfusa”.

A fronte di tali fenomeni la radio non è stata tuttavia immobile. Sebbene incompiute o ancora senza un futuro certo, alcune innovazioni sono avvenute, ma “fuori” dalla radio.

Innanzitutto, la presenza sui social, che ad oggi però non sembra dettata da una precisa e consapevole strategia, ma sembra rispondere quasi solo al generico obbligo di esserci. Le radio sui social non cercano

di conquistare nuovo pubblico, la gran parte sembra più intenta a raccontare se stessa, le proprie attività e il proprio “dietro le quinte”. Molto più significativa sembra invece l’attività volta a rafforzare il legame con gli ascoltatori e conoscerli meglio (cfr. Zanchini 2017).

Anche il fenomeno della cosiddetta Radiovisione, cioè la trasmissione dei contenuti radiofonici attraverso i canali televisivi del digitale terrestre, è un cambiamento che porta la radio fuori dal suo mondo. Gli esempi più noti sono quelli di RTL 102.5, che riproduce in tv l’intera sua programmazione radiofonica, Radio DeeJay, che addirittura inquadra lo studio nei fuori onda, o Rai 2, che trasmette in diretta una parte del programma di Radio 2 *I lunatici*, sostanzialmente inquadrando sempre i conduttori. Non che l’ibridazione tra radio e tv non produca fenomeni interessanti⁽¹¹⁾, ma al di là delle finezze che eccitano i semiologi, non siamo ancora di fronte a una rivoluzione, né a un cambio di paradigma, che pure non va escluso in futuro.

Più interessante, sebbene ancora relativamente esiguo e non più recentissimo, è invece il fenomeno delle web radio, che meriterebbero una trattazione a parte, per cui ci limitiamo a rinviare a Bonini (2016).

2. Radio e mito

Esiste un rapporto tra radio e mito? Onde evitare faticose e improbabili argomentazioni, meglio ammettere subito che crediamo che sia molto debole, e dipenda innanzitutto da cosa si intenda per mito.

Se con mito intendiamo «una spiegazione di fenomeni naturali, [mirata a] legittimare pratiche rituali o istituzioni sociali e, più genericamente, a rispondere alle grandi domande che gli uomini si pongono» (Enciclopedia Treccani online, s.v. “mito”), allora la radio non ha molto a che vedere col mito. Lo stesso se intendiamo il mito nella accezione con cui lo usa Barthes (1957) nell’ormai a sua volta mitologico *Miti d’oggi*, che, come ha giustamente fatto notare Volli (2015), si occupa di miti nei termini di oggetti o soggetti iconici.

(11) Si veda in proposito Traini (2009) sulla tv di Radio DeeJay, e in particolare sui giochi enunciativi che si generano tra radio e TV, tra in onda e fuori onda.

Se intendiamo il mito come racconto specifico che ha per scopo dare senso alla realtà, che cioè sia il tentativo di dire con una storia da dove veniamo, dove andiamo, o che fissi un concetto morale, o rappresenti alcuni aspetti dell'umana esistenza, mito e radio non hanno granché in comune, a meno che non accettiamo l'altro senso di "mito", quello con cui lo usa in maniera estensiva il linguaggio giovanile parlando di personaggi autori di imprese straordinarie (e talvolta vengono definite mitiche le imprese stesse), dotati di eccezionali qualità, come un musicista, uno sportivo, un attore ecc., o qualcosa del passato rimasto nella memoria collettiva. In casi simili si usa "mitico" come sinonimo di grande, bravo, eccezionale, iconico, sulla scorta di un'altra accezione di mito e cioè come «una narrazione di particolari gesta compiute da dei, semidei, eroi e mostri» (Enciclopedia Treccani online, s.v. "mito").

In questo senso la radio è stata certamente un dispositivo mitopoietico, nel senso di una creazione e celebrazione di "eroi". Anche se lo ha fatto in maniera precipua e specifica solo in ambiti e in epoche in cui non ha avuto concorrenti.

Quando, dunque, la radio è stata mitopoietica nel senso che abbiamo detto? Valgano alcuni esempi. Il primo fu certamente il caso di Mussolini: il racconto alla radio delle sue gesta, enfatizzato dai toni elegiaci e retorici della propaganda fascista, contribuì certamente alla costruzione del mito del Duce. La sua voce che vibrava nelle piazze o nei bar e in genere nei luoghi pubblici attraverso le prime radio o il racconto estasiato delle sue imprese e della sua personalità dai microfoni dell'EIAR hanno certamente contribuito in maniera significativa — assieme ai Cinegiornali dell'epoca — a mitizzare Mussolini, dipingendolo come una persona fuori dal comune, e a procurargli un consenso che andava oltre la mera adesione razionale a un ideale politico.

Un secondo caso di mitizzazione a opera della radio è certamente quello legato allo sport. Le radiocronache tra gli anni '30 e '60 (sostanzialmente l'epoca pre-televisiva), anche per effetto dell'assenza di immagini (proprio come accade per i miti che sono racconti orali), alimentarono nella fantasia degli ascoltatori l'immagine di questi "supereroi" su due ruote o sgambettanti su un prato dietro a una palla. Si pensi in particolare al racconto (non a caso spesso definito "epopea") del ciclismo, il Giro d'Italia e il Tour de France con i suoi "dèi" pronti

a sfidarsi, come nel dualismo Coppi–Bartali che ripeteva più celebri e mitologici dualismi, come quello tra Ettore e Achille.

La radio inoltre ha avuto un importante ruolo nella beatificazione e celebrazione delle rockstar della scena musicale degli anni '60–70, essendo in quel momento storico il luogo quasi esclusivo di diffusione di musica e di informazione musicale.

D'altra parte, la capacità mitopoietica della radio, dopo gli anni '70, si esaurisce e da quel momento la "sorella cieca" non gioca più un ruolo originale o esclusivo nella creazione dei miti. Con l'affermazione della tv pluralistica, votata all'intrattenimento e priva di intenzioni paternalistico–didascaliche come quella privata, la capacità di creare miti passa ad altri (la canzone *Video killed the radio stars* esce già nel 1980 e di fatto riassume più efficacemente di noi quanto abbiamo appena detto). Questo percorso si compie con l'arrivo delle tecnologie digitali e soprattutto con l'arrivo del telefonino, il nuovo *metamedium*, nel senso in cui ne parlava Alan Kay (1984) parlando del computer come di "scatola" che può contenere tutti gli altri media.

La radio, in definitiva, continua a partecipare, con il resto del sistema mediatico, alla celebrazione degli attuali miti, il fatto è che quei miti non nascono più nella radio, né grazie alla radio.

Riferimenti bibliografici

- Adorno T. W. (2004) *Una critica sociale della musica radiofonica (1939–1945)*, "Studi Culturali", 1: 109–122.
- Arnheim R. (1936) *La radio. L'arte dell'ascolto*, Hoepli, Milano.
- Atzori E. (2002) *La lingua alla radio in onda e in rete*, Franco Cesati Editore, Firenze.
- AudioDoc (2012) *Indagine sul radio documentario in Europa*, http://www.audiodoc.it/attivita.php?id_attivita=103&lang=1.
- Barthes R. (1957) *Mythologies*, Éd. du Seuil, Paris (trad. it. *Miti d'oggi*, Einaudi, Torino 1975, ed. aumentata 1989).
- Benjamin W. (2003) "Reflections on radio", in M.W. Jennings et al. (a cura di), *Walter Benjamin Selected Writings*, The Belknap Press of Harvard UP, Cambridge.

- Bonini T. (2013a) *La radio in Italia. Storia, mercati, formati, pubblici, tecnologie*, Carocci, Roma.
- Bonini T. (2013b) *Chimica della radio. Storia e generi dello spettacolo radiofonico*, Doppiozero ebook.
- Bonini T. (2016) *Le radio nella rete. storia, estetica e usi sociali*, Costa & Nolan, Milano.
- Bolter J. D. e R. Grusin (2000), *Remediation: understanding new media*, MIT Press, Cambridge (trad.it. *Remediation. Competizione e integrazione tra media vecchi e nuovi*, Guerini e Associati, Milano 2003).
- Crook T. (1999) *Radiodrama, Theory and Practice*, Routledge, London.
- Eco U. (1964) “La musica, la radio e la televisione”, in U. Eco, *Apocalittici e integrati*, Bompiani, Milano.
- Foster Wallace D. (2004) *Host*, “The Atlantic Magazine”, Aprile.
- Kay A. (1984) *Computer Software*, “Scientific American”, 52: 3–9.
- Lacey K. (2003) “Radiogenie and the public horizon of experience”, in *The Radio Conference: A Transnational Forum*, University of Wisconsin, Madison, 28–31.
- Lacey K. (2013) *Listening Publics. The Politics and Experience of Listening in the Media Age*, Polity Press, Cambridge.
- Lupo L. (2019) *Podcasting: La radio di contenuto ritorna sul web*, Meltemi, Milano.
- McIntyre I. (1993) *The Expense of Glory: Life of John Reith*, Harpercollins, New York.
- Menduni E. (2003) “Il giornalismo radiofonico”, in C. Sorrentino (a cura di), *Il giornalismo in Italia. Aspetti, processi produttivi, tendenze*, Carocci, Roma, 25–135.
- Menduni E. (2012) *Il mondo della radio. Dal transistor ai social network*, il Mulino, Bologna.
- Menduni E. (2013) *I linguaggi della radio e della televisione. Teorie e tecniche*, Laterza, Roma–Bari.
- Menduni E. (2016) *Televisione e Radio nel XXI secolo*, Laterza, Roma–Bari.
- Monteleone F. (2005) *Storia della radio e della televisione in Italia*, Marsilio Editore, Venezia.
- Morello G. (2013) “L’informazione radiofonica: generi e pratiche”, in (a cura di), *La radio in Italia. Storia, mercati, formati, pubblici, tecnologie*, Carocci, Roma, 213–240.

- McCourt T. e E. Rothenbuler (2004) *Burnishing the Brand: Todd Storz and the Total Station Sound*, "The Radio Journal", 2: 1.
- Murialdi P. (1984) *La Radio. Storia di sessant'anni. 1924-1984*, Eri Edizioni Rai, Torino.
- Ortoleva P. e B. Scaramucci (a cura di) (2003) *Enciclopedia della radio*, Garzanti, Milano.
- Sortino V. (2020) *Renzo Arbore e la rivoluzione gentile*, Leima Edizioni, Palermo.
- Traini S. (2009) *Incursioni nel backstage Il programma DeeJay chiama Italia tra radio e televisione*, "Ocula" 11: in <https://www.ocula.it/files/OCULA-11-TRAINI-Incursioni-nel-backstage.pdf>.
- Volli U. (2015) *Dalla semiotica del mito al mito della semiotica*, Carocci, Roma.
- Zanchini G. (2017) *Le radio nella rete*, Donzelli, Roma.

LE “PIETRE D’INCIAMPO”

MEMORIA, ARTE, NEGAZIONISMO E IDENTITÀ COMUNE EUROPEA

ROBERTO MASTROIANNI, Museo Diffuso della Resistenza, della Deportazione, della Guerra, dei Diritti della Libertà di Torino

ABSTRACT: Stolpersteine as public, relational and participatory works of art are a founding element of a common European political identity. The essay offers an interpretation of Gunter Demnig’s project as an action against negationism and expiation of the Jasperian metaphysical guilt in relation to spatiality and memory.

KEYWORDS: Stolpersteine, memory, space, public art, relational aesthetics.

1. Gunter Demnig e le “Pietre d’Inciampo”

Gunter Demnig è uno degli artisti contemporanei più autorevoli e influenti sulla scena internazionale, che ha dato vita negli ultimi decenni a un’imponente operazione artistica dal carattere performativo e partecipato, che prende le forme del più grande monumento diffuso e *in fieri* d’Europa. Questo memoriale alla deportazione e allo sterminio perpetrato dal nazifascismo nel Novecento si presenta come un dispositivo capace di tenere assieme valore archivistico, politico, relazionale e alta qualità estetica e rappresenta un’operazione artistica senza precedenti e senza pari. Nate all’interno di una concezione dell’arte pubblica di matrice azionista e partecipatoria, le “Pietre” danno vita a un monumento diffuso dall’alto valore politico e sociale che utilizza i linguaggi del

contemporaneo, dando forma a un dispositivo estetico che si inserisce compiutamente nella fenomenologia e nella metodologia delle arti del contemporaneo.

Questa pratica si presenta come un processo di emersione del passato e contrasto del negazionismo, che usa i linguaggi dell'arte per sollecitare la costruzione di una memoria individuale e collettiva dei traumi sociali e politici prodotti dal totalitarismo nazi-fascista, mostrando come l'arte possa essere un vettore privilegiato di *public history*, accessibilità, identità comunitaria e sociale e didattica della storia. Siamo di fronte, dunque, a una vasta operazione estetica che si presenta come strumento per far fronte ai traumi storici, al fine di promuovere il ricordo, la riflessione sul passato e la sua elaborazione, in modo che questi elementi si facciano strumento di conoscenza, memoria condivisa e monito per le generazioni future.

In quest'ottica, non solo le "Pietre d'inciampo" (*Stolpersteine*) possono essere analizzate alla luce di quella teoria filosofica e curatoriale che Nicolas Bourriaud ha definito *Esthétique relationnelle* (Bourriaud 1998), ma ne rappresentano un esempio emblematico, per qualità, diffusione e impatto, che si arricchisce della missione civile e politica del contrasto al negazionismo e alla riscrittura a fini politici della storia. Come esponente dell'arte relazionale e partecipativa l'artista ha metabolizzato il suo ruolo di operatore e manipolatore di simboli, al fine di produrre opere che possano essere messe al servizio di una comunità allargata di fruitori, che diventano partecipi del processo creativo e inseriti in una pratica di "semantizzazione memoriale" dei luoghi, al fine di dare forma a un monumento diffuso e co-realizzato alle vittime della deportazione e dello sterminio nazi-fascista.

Il progetto "Pietre" non potrebbe esistere, infatti, senza il riferimento a un'idea di intersoggettività e relazionalità, che prevede lo spettatore non solo come fruitore ma soprattutto come co-artefice e vivificatore dell'opera d'arte, la quale assume valore in funzione dell'unione tra il proprio portato estetico e gli effetti sociali prodotti e/o sollecitati dall'artista e assunti dalla comunità. L'artista, in quest'ottica, si presenta come manipolatore di segni che trascendono la semplice realizzazione di opere, le quali vengono inserite in una *processualità estetica* che vive *nella relazione e della relazione* con il fruitore, chiamato a partecipare alla loro

realizzazione e alla loro attivazione di lungo periodo. L'opera d'arte relazionale si presenta, infatti, come un dispositivo di senso e significato che innesca stratificati processi di partecipazione, che aprono a un orizzonte creativo condiviso e in continua evoluzione. Nel caso specifico delle "Pietre d'Inciampo" il momento partecipativo si sviluppa, sia nella produzione di oggetti dotati di qualità estetica e formale (i sampietrini con la targa d'ottone) e di valore archivistico-memoriale (la richiesta della pietra da parte degli eredi e le ricerche storiche che portano alla selezione del nome del deportato), sia nell'atto performativo dell'installazione, sia nella fruizione e nella rammemorazione che si innesca imbatendosi nelle pietre inserite nel manto stradale.

In quest'ottica, la logica e l'obiettivo che informa la pratica artistica di Demnig è quella della condivisione, dello scambio sociale e dell'accrescimento della conoscenza storica, articolando un vasto dispositivo di arte pubblica che fa riferimento a un'idea di spazialità fisica, sociale e monumentale, che vede l'artista come sollecitatore di processi oltre che artefice.

Lo spazio pubblico diventa così il teatro del coinvolgimento emotivo, concettuale e materiale dello stesso fruitore/artefice e l'arte diventa vettore di memoria e coscienza civile, capace di offrire sempre nuove forme di interpretazione, elaborazione e appropriazione del ricordo della tragedia novecentesca, assunta come fondante della nostra identità politica, culturale e sociale di europei.

Questo progetto si avvia a prendere forma compiuta nel 1992 a Colonia, quando Demnig posa il primo oggetto in forma di "Pietra", un piccolo blocco con una placca di ottone di 10x10 cm che porta inciso l'incipit del "Decreto Auschwitz", con cui Heinrich Himmler nel 1942 disponeva la deportazione di Rom e Sinti da tutto il territorio del Reich con destinazione ai campi di Auschwitz-Birkenau, dove il 2 agosto 1944 avrebbero tutti trovato la morte nelle camere a gas.

La posa della "Pietre" viene preparata da alcune "azioni", per usare il lessico del *Aktionkunst*, che producono una compiuta svolta nella direzione dell'arte pubblica partecipata e performativa, che porterà l'artista nel 1996 a dare vita a una pratica che a assumerà definitivamente il nome di *Stolpersteine*, diventando l'*Opus Magnum* che identificherà per sempre l'artista con la propria opera. Tra il 1990, quando Demnig

arriverà a Colonia per tracciare — con un attrezzo a forma di ruota appositamente realizzato — una linea di venti chilometri in vernice bianca con la scritta “Mai 1940 — 1000 Roma und Sinti”, incessantemente ripetuta per le strade e i quartieri della città, il 1992 con la posa della prima “Pietra cava, contenente il “Decreto Auschwitz”, e il 1993, quando ormai la linea e le scritte bianche sono cancellate dal tempo e vengono sostituite dalla posa di un gruppo di “Pietre” con i nomi dei Rom e Sinti deportati da Colonia, prende forma definitivamente il progetto.

Queste tre “azioni” si caratterizzano per una scelta definitiva dello spazio pubblico come teatro della pratica artistica, individuando nella segnatura del tessuto urbano e nella scelta del contenuto politico gli elementi caratterizzanti dell’operazione artistica. Le *Stolpersteine* sono, in questa prospettiva, delle «segnature di carattere artistico e memoriale» incorporate nel manto stradale delle città, davanti agli edifici scelti come ultima residenza volontaria da parte delle persone perseguitate, deportate e uccise dai nazi-fascisti.

Questi blocchi in pietra, ricoperti da una targa di ottone, sono monito sobrio ma efficace e diventano sempre più popolari non solo in Europa, e su di esse fiorisce un ampio dibattito pubblico e numerosa letteratura scientifica e civile. A queste si aggiungono le *Stolperschwellen* (le “Soglie d’Inciampo”): targhe/liste lunghe 100 cm che ricordano il luogo delle deportazioni di massa. Se l’incisione sulle singole pietre inizia con “*Hier wohnte*” (qui abitava), le lastre di ottone contengono il monito degli orrori accaduti “*Von hier aus*” (da questo punto in poi). Ciò che qui riemerge come “segno” del passato non è, però, un manufatto che era stato rimosso (con o senza una funzione sociale), e nemmeno la materia che lo aveva costituito e che potrebbe essere stata ricollocata. Si tratta piuttosto della “traccia” sul tessuto urbano di un evento passato o, meglio, di un’intricata rete di eventi puntuali che, nel loro insieme, rappresentano il ripugnante lascito dell’ideologia e del progetto totalitario nazionalsocialista (Candidi 2019, p.72).

Dalla prima “posa” ad oggi sono state installate più di 80 000 “pietre”, in oltre 2000 città e 21 Paesi europei, la prima in Italia fu installata nel 2010 a Roma e la numero 50 000 a Torino nel 2015⁽¹⁾.

(1) Cfr. J. Ricca, *Nei marciapiedi di Torino 27 pietre per non dimenticare Resistenza e Shoah*, in “La Repubblica”, 11 gennaio 2015.

Dallo stesso anno il Museo Diffuso della Resistenza coordina il progetto torinese, promosso — oltre che dal Museo stesso — dalla Comunità ebraica di Torino, dal Goethe Institut–Torino e dall'Associazione Nazionale Ex Deportati (ANED) — sezione torinese, in collaborazione con l'Istituto Piemontese per la Storia della Resistenza e della Storia Contemporanea — Giorgio Agosti e con l'Archivio Nazionale Cinematografico della Resistenza, con il contributo del "Comitato della Regione Piemonte per l'affermazione dei valori della Resistenza e dei principi della Costituzione repubblicana", del Consiglio Regionale del Piemonte, della Città di Torino e della Fondazione CRT.

L'idea alla base di questo progetto di arte pubblica sottolinea la necessità di far emergere il passato nominandolo, sia nella sua dimensione generale e collettiva, sia in quella particolare e individuale, al fine di contrastare ogni forma di negazionismo. Restituire il nome al deportato e segnare il luogo della sua ultima residenza volontariamente scelta permette, infatti, di aprire una finestra sull'esperienza complessiva della deportazione e dello sterminio e di operare una presentificazione del ricordo della singolarità irriducibile della biografia e dell'identità della persona umana deportata, che il dispositivo di sradicamento e morte rappresentato dall'istituzione concentrazionaria mirava a nullificare e ridurre a numero, al fine di perpetrare la "soluzione finale".

Questo monumento partecipato e diffuso si presenta, pertanto, come un invito a imprimere il ricordo nel tessuto metropolitano, civile e politico europeo e nella memoria corporea individuale, spingendo le persone che percorrono lo spazio abitato a "inciamparvi" quotidianamente.

L'espressione "inciampo" deve dunque intendersi non in senso fisico-spaziale, ma visivo, mentale ed emozionale, utile a far fermare e riflettere chi vi passa vicino e vi si imbatte, anche casualmente. Il ricordo si contrappone dunque all'oblio, alla dimenticanza e alla negazione di ciò che è stato, attraverso la riproposizione dei nomi e delle storie individuali di quelle vittime della "banalità del male", direbbe Hannah Arendt (2019), che si è fatta barbare e forma di "male assoluto", lasciando dietro di sé un "senso di colpa metafisico", direbbe Karl Jaspers (2018), di cui non solo i tedeschi ma tutti gli europei non potranno mai liberarsi. La presenza delle *Stolpersteine* rimanda, quindi, a uno scandalo politico, morale, storico ed esistenziale che investe

tutto il continente europeo e che ricade sulle spalle delle generazioni successive. Non solo lo “scandalo” spirituale cui fa riferimento l’artista, riarticolarlo la denominazione di ascendenza biblica delle “pietre” («Hanno urtato così contro la *pietra d’inciampo*, e come sta scritto: “*Ecco che io pongo in Sion una pietra di scandalo e una pietra d’inciampo; ma chi crede in lui non sarà deluso*”», Epistola ai Romani, San Paolo, 9, 32–33), ma soprattutto riferimento alla scandalosità antropologica, politica ed esistenziale dello sterminio e di quella “banalità del male”, nutrita dall’indifferenza collettiva, che viene dalle “pietre” contrastata con il ricordo, presentificata e posta come monito perché mai più tutto ciò possa accadere.

2. Arte, spazio e memoria

Se il rapporto che la memoria intrattiene con il tempo e la storia può sembrare ovvio e costitutivo, non lo è da meno il legame con lo spazio. La spazialità mette, infatti, sempre in scena un passato, prossimo o remoto, le cui “tracce” si presentano come stratificazione di epoche e periodi storici differenti che sovrappongono i loro lasciti, senza cancellarli. Tutto ciò è soprattutto vero per quegli spazi umani privilegiati che sono le città, che diventano teatro di pratiche di scrittura e ri-scrittura del tessuto urbanistico e architettonico che, tra le altre cose, ci parlano di ciò che è stato e non è più (Marrone e Pezzini 2006, Volli 2008). In questa generalizzata spazializzazione del tempo e della memoria vi sono alcuni elementi e luoghi specifici che assumono valore di “supporto memoriale” (Violi 2014), capaci di mantenere e tramandare il ricordo e le tracce di eventi del passato. Appartengono a questa categoria i musei, i monumenti, i memoriali e i siti che vogliono mantenere acceso il ricordo di eventi particolarmente tragici e traumatici e fondamentali per l’identità politica e culturale di una comunità. Questa sedimentazione spaziale del ricordo non è, però, depositata in modo statico, ma legata a pratiche di lettura, rilettura, appropriazione e interpretazione di questi dispositivi memoriali, il cui valore cambia con il tempo e il passare delle generazioni. È stata Patrizia Violi a fornire una completa, lucida e puntuale analisi

del rapporto complesso che si instaura tra luoghi di memoria e fruitori, consapevoli o inconsapevoli, dello spazio, utilizzando le categorie dei *Memory e Trauma Studies* e della semiotica di Eco e Greimas. Concentrandosi sulle strategie comunicative relative alla spazialità, Violi (2014) distingue tra "siti ri-presentativi" e "siti rappresentativi", con diverse gradazioni intermedie, a seconda di come l'esperienza traumatica viene presentata al pubblico. Se alcuni siti "agiscono" il trauma presentificandolo attraverso una rappresentazione che tende a congelare il passato proponendolo più o meno identico al fruitore (come nel caso del Tuol Seng Museum of Genocide Crimes a Phnom Penh ad esempio), altri siti tendono invece a distanziare l'evento, con l'inserzione negli spazi di didascalie e commenti, elementi audiovisivo, installazioni artistiche (come nel Caso dell'ESMA di Buenos Aires), o ancora attraverso la radicale ri-semantizzazione dei luoghi dell'orrore, restituiti a nuove funzioni (cfr. Pisanty 2014). Come ci ha insegnato Maurice Halbwachs (1950), la memoria è sempre collettiva ed è funzionale a sensibilità, interessi e progetti delle comunità e delle strategie dei gruppi dirigenti ed è iscritta in uno sfondo culturale collettivo di natura enciclopedica, come ci ha mostrato Umberto Eco (1984), a tal punto che potremmo dire che la cultura stessa possa essere intesa come «la memoria non ereditaria di una società» (Lotman e Uspenskij 1975). Tutto ciò è ancora più vero nel caso della memoria depositata in luoghi o tracce, che intrattengono un legame costitutivo con chi li attraversa, vive e abita e che li sottopone a processi di interpretazione, appropriazione e ri-semantizzazione continua. Insomma l'attribuzione di senso che diamo ai luoghi è fortemente legata al rapporto che si instaura tra spazio e individuo, tra spazio e società e questo diventa evidente nel caso di quelli che Violi definisce "siti del trauma" (Vioi 2013, 2014), come ad esempio i 20 luoghi di memoria che costituiscono il torinese Museo diffuso della Resistenza, ovvero forme memoriali che sorgono laddove esistono tracce successivamente elaborate di orrori politici, eccidi, genocidi appartenenti a una dimensione storica di tipo comunitario: campi di concentramento, detenzione, deportazione e tortura che spesso vengono trasformati in luoghi di natura museale. Il passaggio da generico spazio a "sito del trauma" e "luogo di memoria" avviene attraverso complessi processi semiotici, che producono

un'iscrizione pubblica di una porzione di paesaggio all'interno di pratiche e discorsi sociali riconosciuti (Violi 2014). Se questo è evidente nel caso della trasformazione di un campo di concentramento e sterminio (Auschwitz, ad esempio) o di un luogo di deportazione (Fossoli, ad esempio) in un memoriale, è meno evidente nel caso delle "Pietre di inciampo".

Nel primo caso siamo, infatti, in presenza della valorizzazione di una dimensione collettiva del trauma socio-storico dall'evidenza spaziale e dal coinvolgimento di ampie parti della popolazione, che sono portatrici dell'eredità di un ricordo forte, che pervade le comunità di riferimento; mentre nel secondo caso siamo in presenza della restituzione di visibilità a una dimensione individuale dell'orrore, di cui spesso si sono perse le tracce e il ricordo.

Proprio in ciò sta la potenza e l'eccezionalità dell'operazione artistica di Gunter Demnig, capace di restituire alla percezione collettiva fatti singolari, sottraendoli all'oblio e ridando dignità a nomi e storie che erano state rimosse e dimenticate. In questa prospettiva, le "pietre" riescono a presentarsi come segnature capaci di svolgere una funzione "ri-presentativa" e "rappresentativa", riproponendo percettivamente la consapevolezza del trauma e dell'orrore della deportazione e del conseguente sterminio, fornendo, però, un distanziamento di natura estetica che viene agito in modo relazionale e partecipato dai fruitori consapevoli e inconsapevoli dello spazio pubblico in relazione all'evento traumatico che si fa "traccia memoriale". Le "pietre" diventano, pertanto, "elemento" e "traccia" puntiforme di un'esperienza collettiva con riferimento alle singolarità che la compongono, diventando forma di rammemorazione, che assume fisionomia nella sovrapposizione spaziale con la dimensione geopolitica europea, assumendo in questo modo la natura di memoriale diffuso che tende a crescere, fino a sovrapporsi allo stesso teatro del totalitarismo nazifascista novecentesco e allo scenario della Seconda Guerra Mondiale. Questa monumetalizzazione partecipata e puntiforme diventa manifestazione esemplare di quella quintessenza dei "monumenti per difetto" ovvero di quei monumenti antiretorici, antigerararchici, democratici e decentrati, di cui ha parlato in modo compiuto Adachiara Zevi (Zevi 2014), fuggendo le retoriche della celebrazione

della memoria e proponendo un'ampia consapevolezza del passato e della sua collocazione spaziale e temporale in relazione alle esistenze individuali e collettive.

Le "Pietre" sono, pertanto, il dispositivo estetico che permette di recuperare in modo unitario il perimetro di una tragedia diffusa, mettendo assieme dimensione estetica, memoriale e archivistica, articolando una dialettica tra individualità e collettività unica nel proprio genere.

3. L'artista come eroe e mito della contemporaneità nella lotta al negazionismo

Il negazionismo come «negazione della Shoah e della violenza sistemica e genocida del nazismo, in quanto progetto politico e ideologico di produzione di un'umanità nuova, non è altro che un tentativo di riscrivere a proprio uso e consumo politico la storia contemporanea, quindi si connota come una mera, sebbene pericolosissima menzogna politica» (Recchia Luciani e Patruno 2013, p.5).

I negazionisti non offendono solo le vittime del genocidio e i loro eredi, ma pretendono che quel lato oscuro e mai sopito della memoria che ha portato alla Shoah resti sepolto e che ne venga smarrito il senso e questa pretesa li pone in continuità con il nazismo, che dell'intreccio tra crimine e menzogna ha fatto la propria cifra specifica. Infatti, come bene ha mostrato Vidal-Naquet, «crimine e menzogna di Stato procedevano di pari passo nel cuore dell'apparato SS responsabile al contempo dell'assassinio e dell'oblio dell'Assassinio» (Vidal-Naquet 2008, p. 258).

Lo sterminio era guidato da una logica di annientamento dell'umanità e di denegazione ontologica che si basava sulla rimozione e sull'oblio: i lager erano veri e propri "antri dell'oblio" (Arendt 2004, p. 595) mossi non solo dalla "soppressione dei viventi", nella loro singolarità e nella loro collettività, ma anche dalla necessità di eliminare il ricordo delle vittime dalla stessa "memoria dei viventi".

Al negazionismo Gunter Demnig si oppone da sempre e la massima espressione artistica di questa opposizione sono gli *Stolpersteine*. L'artista è mosso dalla consapevolezza che la cancellazione della memoria della

deportazione e dello sterminio vada contrastata, restituendo nome e individualità alle vittime e a tal fine le “Pietre” danno forma a un memoriale diffuso e puntiforme dispiegato sul territorio europeo, capace di rammemorare nella quotidianità le singole individualità dei deportati. Ed è proprio questa diffusione crescente delle “Pietre” che restituisce la dimensione e continentale della tragedia, interpellando tutti gli europei sul fondo oscuro del Novecento e su una dimensione della colpa che non può essere solo individuale, ma che deve essere considerata collettiva.

In questa operazione artistica vi è la volontà esplicita di recepire quel senso di “colpa metafisica” (Jaspers 2018) che attanaglia l’artista in quanto tedesco, e nel caso specifico figlio di un membro della “Legione Condor”, e che secondo Jaspers dovrebbe, però, pervadere tutti coloro che in Germania sono nati dopo la Seconda Guerra Mondiale, e non solo loro, pensiamo noi, ma tutti gli europei, e che consiste nella consapevolezza di «essere venuti meno a quell’assoluta solidarietà con l’uomo in quanto uomo», il quale sa che quando questa “solidarietà viene lesa” quel senso di colpa non può essere calmierato, in quanto «una volta che quel male ha avuto luogo e io mi sono trovato presente e sopravvivo, dove un altro viene ucciso, in me parla una voce che mi dice che la mia colpa è il fatto di essere ancora vivo» (Jaspers 2018, p. 73).

Non solo quindi possiamo riscontrare in Demnig l’eredità della jasperiana consapevolezza dell’indignazione, del terrore e del presagio di sventura diffuso tra i tedeschi e gli europei, che tuttavia continuarono per la maggior parte a continuare nelle loro attività come se nulla fosse (Jaspers 2018); ma soprattutto riscontriamo nella sua azione la volontà di operare perché ciò non accada mai più e per contrastare ogni forma di oblio e negazionismo.

Se i negazionisti possono essere considerati “assassini della memoria”, il loro contrasto non può che essere effettuato da “custodi della memoria”, che si prendano sulle spalle il compito di rendere vivente il ricordo in una continua operazione di rammemorazione che attraversi la società e la quotidianità. In questa prospettiva le “Pietre” diventano strumenti per una continua attivazione di partecipazione e consapevolezza civica, capace di dare forma a una comune identità politica e sociale.

Riferimenti Bibliografici

- Arendt H. (2004) *Le Origini del totalitarismo*, Einaudi, Torino.
- Arendt H. (2019) *La banalità del male. Eichman a Gerusalemme*, Feltrinelli, Milano.
- Bourriaud N. (1998) *Esthétique relationnelle*, Le Presses du réel, Dijon.
- Candidi L. (2019), *Spazi di memoria nella Berlino post-socialista*, Mimesis edizioni, Milano.
- Eco U. (1984) *Semiotica e filosofia del linguaggio*, Bompiani, Milano.
- Halbwachs M. (1950), *La Mémoire collective*, Alcan, Paris.
- Lotman J. e B. Uspenskij (1975) *Tipologia della cultura*, Bompiani, Milano.
- Jaspers, K. (2018) *La questione della Colpa. Sulla responsabilità politica della Germania*, Raffaello Cortina Editore, Milano.
- Marrone G., Pezzini I. (2006), *Senso e metropoli, Per una semiotica posturbana*, Meltemi, Milano.
- Recchia Luciani F. e L. Patruno (2013) *Opporsi al negazionismo. Un dibattito necessario tra filosofi, giuristi e storici*, Il melangolo, Genova.
- Pisanty V. (2014) *La memoria come esperienza del trauma*, "Doppiozero", <https://www.doppiozero.com/print/pdf/node/4790>.
- Pisanty V. (2020) *I Guardiani della memoria*, Bompiani, Milano.
- Vidal-Naquet P. (2008) *Gli assassini della memoria. Saggi sul revisionismo e la Shoah*, Viella, Roma.
- Violi P. (2013) *Trauma Site Museums and Politics of Memory. Tuol Sleng, Villa Grimaldi and bologna Ustica Museum*, "Theory, Culture and Society", 29(1): 36–75.
- Violi P. (2014) *Paesaggi della Memoria. Il trauma, lo spazio, la storia*, Bompiani, Milano.
- Volli U. (2008), *La città come testo*, "Lexia", 1–2: 9–22.
- Zevi A. (2014) *Monumenti per difetto. Dalle Fosse ardeatine alle Pietre d'Inciampo*, Donzelli, Milano.

“IRA INVECCHIATA” O RETORICA DI PARTE?

L'ODIO NELLA TRADIZIONE OCCIDENTALE E NELLA POLITICA CONTEMPORANEA

UGO VOLLI, Università degli Studi di Torino

ABSTRACT: The paper starts with lexicographical research on the definition of hatred in different cultures and draws from it a semiotic model structured in several levels of enunciation, which are linked to contrasting values. The philosophical tradition that attributes hatred to a perception of damage is then examined. This provides the base for a political and polemological analysis that sees hatred as a category of conflict and especially of war. Finally, we consider “hate speech”, a widespread category in contemporary debate, and show how it serves above all to prohibit certain types of discourse and to protect certain categories, without true reference to the nature of hatred.

KEYWORDS: Hatred; hate speech; censorship; theory of passions; politics semiotics.

I. Premessa

I “nuovi miti” sui “nuovi media” sono nati soprattutto all’inizio di Internet, quando c’erano le BBS e le reti “civiche”. È l’idea della “democrazia elettronica” da Rodotà al primo Beppe Grillo. Era un mito fortemente positivo, una sorta di utopia comunicativa. Poi, nel giro di un paio di decenni, la rete è sembrata incarnare una serie di miti negativi, fra cui è centrale quello dell’odio, cui è dedicato questo saggio. Negli ultimi anni l’odio è venuto di moda, soprattutto in politica. O meglio, è diventata molto popolare, sulla

stampa e nel mondo politico e intellettuale, la denuncia dell'odio altrui. Vedremo in seguito che spesso questa denuncia non è affatto uniforme o universale e che ad essa si associa talvolta un alto grado di interesse di parte e di ipocrisia (Volli 2020). Il fatto che questa *condanna dell'odio altrui*, qualificato come “razzismo”, “omofobia”, “transfobia”, “suprematismo”, “scorrettezza politica” ecc. sia per lo più *sinceramente sentita*, magari vissuta come un nobile compito politico ed etico, e che il *proprio* odio politico che la motiva resti nascosto agli occhi di chi si è data la missione di “combattere l'odio”, aggrava le cose perché oscura le dinamiche in gioco e aggiunge all'odio un pericoloso senso di superiorità morale (Ricolfi 2008; 2017), che permette di superare limiti politici, giuridici e anche costituzionali, come l'interdizione della censura delle idee. Insomma l'attribuzione contemporanea così frequente di “discorsi d'odio” (*hate speech*) a certe linee di pensiero è per lo più uno strumento di lotta politica con una matrice di parte. Rilevante qui è notare che lo *hate speech* in genere non è attribuito agli strumenti comunicativi della politica tradizionale, come i quotidiani, le affissioni, le manifestazioni, ma principalmente alla Rete e in particolare ai social media. Prima di arrivare a quest'analisi, è meglio però cercare di comprendere preliminarmente che cosa significhino la parola “odio” e i suoi equivalenti in altre lingue. Userò in questa analisi i metodi della semiotica contemporanea (Volli 2003), che sono lo strumento di elezione per comprendere lo sfondo culturale rispetto a cui inevitabilmente si delineano i concreti fenomeni storici nella nostra società.

2. Definire l'odio

In apparenza i significanti delle parole con cui si traduce il nostro lessema “odio” sono molto diversi anche solo nell'ambito delle lingue indoeuropee: greco *misos*; latino *odium*, da cui derivano tutti i termini delle lingue neolatine; russo *nenavist*, forse legato al sanscrito *divis*, cui sono imparentate le parole di molte altre lingue slave; francese *haine*; inglese *hate/hatred*; tedesco *Hass*, con cognati in tutte le lingue germaniche. Tutti questi ultimi lessemi probabilmente derivano da una radice indoeuropea *od*/at** che dà anche l'armeno *ateam* e il gotico *hatjan*. Sul piano del contenuto invece troviamo una *notevole continuità definitoria*, che definisce un'autentica

“unità culturale” (Eco 1975, p. 108) condivisa, la cui esistenza non è affatto scontata visto che l’odio è un contenuto *immateriale*, privo di referenti fisici, in qualche modo *astratto*, attinente a una sfera psicologica che è sempre *fortemente modellata dalla cultura*. In tutte queste lingue, e anche in altre piuttosto lontane (come per esempio nell’ebraico *sin’à*) il senso principale è sempre piuttosto costante. Faccio qui solo qualche esempio:

TRECCANI: Sentimento di forte e persistente avversione, per cui si desidera il male o la rovina altrui; o, più genericamente, sentimento di profonda ostilità e antipatia (online:);

SABATINI COLLETTI: Sentimento di avversione, rifiuto e ripugnanza verso qualcosa. o, più spesso, di livore, astio e malanimo verso qualcuno (online: https://dizionari.corriere.it/dizionario_italiano/O/odio.shtml);

HOEPLI: Intenso, profondo sentimento di avversione verso qualcuno o qualcosa (online: <https://dizionari.repubblica.it/Italiano/O/odio.html>);

WAHRING: Hass — feindliche Gesinnung; heftige, leidenschaftliche Abneigung; Rachsucht [sentimento ostile; avversione violenta e appassionata; vendetta] (Wahring 1993, p. 385);

MERRIAM–WEBSTER: Hate: a very strong feeling of dislike: intense hostility and aversion usually deriving from fear, anger, or sense of injury: extreme dislike or disgust (online: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/hate>);

LAROUSSE: Haine: Sentiment qui porte une personne à souhaiter ou à faire du mal à une autre, ou à se réjouir de tout ce qui lui arrive de fâcheux; Aversion profonde, répulsion éprouvée par quelqu’un à l’égard de quelque chose (online: <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/haine/38852>).

Come si vede, in genere le definizioni dizionariali del nostro lessema sono piuttosto univoche, nonostante le diverse lingue in cui compaiono, ammettendo solo eventualmente qualche senso secondario caratterizzato dall’*ammorbidente metaforico* nel caso in cui l’odio si eserciti

contro oggetti inanimati o astratti (come nell'italiano "odio l'autunno" o "odio il the col latte" ecc.). In molte altre lingue, anche non imparentate con quelle europee, il termine esiste e la sua collocazione semantica è molto simile. Si tratta di un fenomeno tutt'altro che scontato per significati che mancano di un referente materiale comune. Non possiamo sostenere che sia un universale semantico o psicologico, ma certamente questa unità semantica ha carattere molto generale, il che è filosoficamente e antropologicamente rilevante (Julien 2008).

Cerchiamo di sintetizzare semioticamente queste definizioni. Si tratta dunque innanzitutto di un "*sentimento*" (in semiotica si preferisce usare il termine equivalente ma più precisamente definito di *passione*), il quale ha la caratteristica fondamentale di essere *transitivo* (cioè di rivolgersi necessariamente a qualcuno, in certi casi secondari invece a qualcosa), e dunque non può stare da solo, come accade invece a sentimenti o passioni *intransitive* quali la felicità, la tristezza, l'avarizia, l'ansia, la disperazione. L'odio, come l'invidia, la simpatia, la gelosia, la collera, in un certo senso anche la speranza, e certamente l'amore, ha bisogno di un *oggetto* per realizzarsi. Il rapporto con questo oggetto nell'odio è poi estremamente *negativo*, sempre definito inizialmente come "avversione" (da *adversus*, "contro", termine che suggerisce a sua volta un'azione e dunque il nucleo di una narrazione possibile), estendendosi fino alla sensibilità fisica della "ripugnanza" e del "disgusto", agli effetti fisiologici del "livore", e produce conseguenze psicologiche o narratologiche ulteriori come il "malanimo" o il "desiderio della rovina altrui" che spesso diventa concreto progetto d'azione, magari di "vendetta".

Naturalmente vi sono molte passioni transitive e negative diverse. Come scriveva Paolo Fabbri (2011, par. 2),

val la pena di ricordare che il lessico delle lingue, prodotto storico culturale, è costituito da etichette diversamente collocate e parzialmente sovrapposte su spazi intensivi e percorsi discontinui di senso. Esistono quindi passioni innominate in alcune lingue — ma espresse da sistemi semiotici differenti, come la musica — mentre altre lingue etichettano configurazioni emotive del tutto idiosincratiche. Come la *Schadenfreude*, germanica gioia maligna, piacere derivato dall'altrui dispiacere; la *saudade* portoghese, dolceamarata tristezza nostalgica; l'*Angst*

che non è veramente né ansia né angoscia; il bengalese *obhiman*, lutto provocato dall’insensibilità della persona amata; i giapponesi *ijirashii* grato sentimento conseguente all’elogio da ostacolo superato, e *itoshii*, nostalgico soffrire per un amore assente, ecc.

Ma sembrerebbe che il nostro termine sia abbastanza fondamentale per non essere così dipendente dalle idiosincrasie culturali. Del resto Darwin, nel suo classico studio sull’«espressione delle emozioni nell’uomo e negli animali» (Darwin 2005, cap. 10) include “odio e collera” fra le passioni universali. Non lo si trova invece fra le “sei emozioni di base” di Ekman e Friesen (2002), dove sono invece presenti “rabbia” e “disgusto”.

Per concludere questa piccola indagine linguistica, vale la pena di citare una spiegazione eziologica che si può considerare la prima definizione italiana del termine. La propone Brunetto Latini in un’opera *Rettorica* (2011, arg. 14), scritta a metà del XIII secolo: «l’odio non è altro se non *ira invecchiata*». I filologi considerano quest’opera di Brunetto Latini in sostanza un rimaneggiamento del *De inventione* di Cicerone (1998), il quale però non contiene esattamente questo pensiero, benché parli abbastanza approfonditamente dell’odio, facendo su di esso un’altra notazione interessante per noi: «*ex arrogantia odium, ex insolentia arrogantia*» (Libro I, cap. 42). L’opera di Brunetto Latini fu composta intorno al 1260 e questa sua definizione ebbe molta fortuna, essendo ripresa anche dal suo allievo Dante Alighieri (Inf. vii; e soprattutto Purg. xv: «L’ira ch’è con diliberazione, s’ella invecchia, è odio. Odio è ira invecchiata»): una dipendenza decisamente sottolineata dai commenti più antichi della *Commedia* (quello di Francesco di Buti 2010, a Inf. vii, e anche l’Ottimo 2018, a Purg. xv). La proposta di Brunetto Latini fu poi raccolta e divulgata anche dall’Accademia della Crusca, nel cui dizionario figura a partire dalla prima edizione (1612).

Interessante, in questa brevissima definizione, non è solo il rapporto con l’*ira*, che è stato poi indipendentemente proposto da molti, fra cui ricordo qui solo il già citato Darwin. Ciò che da un punto di vista semiotico conta soprattutto è la convocazione implicita di una *dimensione temporale e genealogica* dell’odio, che ci permette di estrarlo dalla sua semplice qualificazione istantanea (un sentimento che, di

sua natura, ha le caratteristiche transitive e negative che abbiamo detto) chiedendoci di riportarlo a una dimensione narrativa, o piuttosto al suo accenno: c'è stata prima un'altra passione, l'"ira", essa è "invecchiata" dunque ha avuto una permanenza temporale lunga, cui si aggiunge poi una serie di connotazioni suggerite da questo "invecchiamento", per esempio un'insoddisfazione, un'acidità o un radicamento profondo. Questa dimensione temporale e dunque narrativa si riscontra anche nell'altrettanto breve analisi di Cicerone (*insolentia* → *arrogantia* → *odium*), che ha anche il vantaggio di distribuire implicitamente i sentimenti in questione fra diversi soggetti (l'*odium* è evidentemente provato non da chi dimostra *arrogantia* ma da chi la subisce; non è chiaro invece chi sia l'insolente, se il primo o il secondo dei due interlocutori o entrambi, è chiaro comunque che ci sono azioni e reazioni in una relazione conflittuale).

Tale narrativa implicita è sviluppata in maniera interessante in un testo più o meno contemporaneo a Dante, il *Fiore di virtù*, che è una raccolta di carattere e contenuto moraleggiante redatta nei primi anni del XIV secolo (rimando in bibliografia all'edizione del 1856) da un certo frate Tommaso, che visse tra gli ultimi decenni del secolo XIII e i primi del XIV:

Ira, secondo Aristotile, si è turbamento di animo per discorso di sangue che trae al cuore per volontà di fare vendetta. E dell'ira nasce indegnazione; chè quando il sangue ha turbato il cuore, egli rimane indegnato, e poi si converte in odio. Se la indegnazione dura nel cuore, ella acquista tre vizj, come ira, indegnazione e odio. Della ira invecchiata discende discordia e rissa e guerra, che son contrarj vizj della virtù di pace; e si è differenza tra discordia e guerra e rissa [...]; chè discordia è nel cuore di quelli che hanno qualche volere l'uno contra l'altro; come gli parentadi che sono nella città. Guerra si è nell'opera, ch'è quando le persone guerreggiano insieme. Rissa si è quando uno o più s'appigliano insieme (Capitolo VIII. "Del vizio dell'ira appropriata all'orso").

Vi sono due aspetti soprattutto interessanti per noi in questa analisi: l'amplificazione della genealogia dell'odio dall'ira a "indegnazione" e "volontà" di ottenere "vendetta", la sua derivazione dal «turbamento

d’animo per discorso di sangue che trae al cuore», che implica un concetto psicofisico oggi molto attuale; ma soprattutto un’idea delle conseguenze dell’ira che permane senza essere eliminata o ottenere sollievo e dunque “invecchia”, secondo l’intuizione di Brunetto, generando allora “discordia e rissa e guerra”, il che trasporta il discorso dall’ambito psicologico e addirittura fisiologico in quello pubblico e politico — che è il campo dove l’odio oggi è così popolare.

Prima di procedere nell’analisi è opportuno ricordare che fra i testi più popolari della semiotica e in particolare della sua teoria delle passioni c’è un’analisi condotta da A.J. Greimas nel 1981 su “la Colère” (che in italiano si dovrebbe tradurre piuttosto “ira” che “collera”, nonostante le osservazioni in contrario di Fabbri 2011), oggi contenuto nella sua seconda raccolta di saggi sul *Senso* (Greimas 1984, pp. 217–238). L’ira, sostiene Greimas sulla base di un’analisi lessicografica approfondita ma solo francese, si radica sul percorso “attesa – frustrazione – aggressività”, e dunque ha una dimensione temporale, una latenza che poi esplosive; ma l’attesa in questione non è solo il trascorrere di un intervallo di tempo capace di far anch’essa “invecchiare” il sentimento, bensì ha una *dimensione di scopo*, è qualificata come “fiduciaria” perché l’attesa del soggetto irato «si iscrive su uno sfondo anteriore rappresentato dalla fiducia: (egli) “pensa di poter contare” sul (*suo antagonista*) per la realizzazione delle “sue speranze” e/o dei suoi “diritti”» (*ibidem*). E però questo non avviene, creando un accumulazione passionale, la sensazione di un *tradimento*, che si esprime nelle forme psicofisiche dell’ira.

Dunque (almeno nelle narrazioni, parliamo qui di storie e non di psicologia) l’ira è il frutto avvelenato del sentimento di un *diritto percepito dall’interessato* ma *frustrato* dal suo antagonista; l’odio, se davvero è “ira invecchiata”, nascerà allora dalla *cronicizzazione della frustrazione*, dalla percezione dell’antagonista come fonte *permanente di danno*, perché egli *continua* a rifiutare un comportamento che il soggetto ritiene *doveroso*, continua e probabilmente continuerà a *tradirlo*; infatti questo atteggiamento non appare a chi lo subisce (o piuttosto non viene descritto da chi lo narra) come casuale o incidentale, ma determinato da un’opposizione essenziale, da una contrapposizione di personalità o di valori. Sotto una narrazione d’odio bisogna leggere sempre un’opposizione assiologica; anzi l’introduzione di

una relazione d'odio in una storia è il modo più semplice per rendere evidente una contrapposizione assiologica. Questa è anche la ragione per cui quasi sempre l'odio è descritto come bilaterale e simmetrico, anche se magari in modalità diverse (disprezzo da una parte e timore dall'altra, per esempio).

Un'analisi semiotica approfondita mostra dunque che, in una narrazione d'odio, l'oggetto odiato (il "nemico") è visto dall'odiatore come il proprio *antisoggetto*, il portatore di un *programma narrativo antagonista* al suo, che deve essere eliminato o neutralizzato o evitato perché possa avanzare il progetto narrativo principale suo proprio, la sua "vita". L'odio è così una potente motivazione per agire, in qualunque programma narrativo apre lo spazio per una sotto-narrazione il cui obiettivo consiste nella messa fuori causa del nemico, condizione necessaria per continuare a perseguire i propri scopi generali. Tutto ciò non è solo una considerazione razionale neutra o "fredda", ma al contrario è *emotivamente marcato*; non si tratta semplicemente di superare un ostacolo qualunque (come quelli che si presentano continuamente nelle narrazioni: una distanza, un confine, la vigilanza di un'autorità, un esame, ecc.) che deve semplicemente essere sorpassato e al massimo dà ansia o timore; vi è la percezione di un'opposizione *più radicale ed essenziale*, che contrappone la *forma di vita* dell'odiato a quella dell'odiatore (e viceversa). L'eliminazione o il superamento del nemico sono oggetto non semplicemente di *utilità* ma di *passione*, spesso non sono solo motivati dall'*interesse*, ma da un senso morale ed estetico di *giustizia*. Il *nemico* non è un *avversario* qualunque; che esso viva indisturbato, anche se per il momento non è pericoloso, è un *affronto* e un *rischio*.

Dunque l'oggetto dell'odio è visto da chi odia come inadempiente, moralmente riprovevole, pericoloso non solo per sé ma per tutti, dato che rifiuta di fare *ciò che deve*, contrapponendosi alla *giustizia*. Dev'essere *cattivo* e pieno di difetti di tutti i tipi e anche fisici, dato il legame che la cultura occidentale stabilisce fra i valori a partire dell'idea greca del *kalòs kagathos* (Pl. Liside; Arist., *Et. Eud.* VIII, 3; 1248b) cioè che il bello e il buono, l'etica e l'estetica si identifichino nel modo d'essere delle persone. Questo legame spiega le caratterizzazioni *estetiche* dell'odio diffusamente accumulate da Eco nel suo scritto sul tema (Eco 2008).

Beninteso, chi odia lo può fare *a torto*, per esempio per *invidia*, desiderando possedere lui la felicità o le realizzazioni che appartengono all’odiato. In questo caso lo stesso sentimento di odio può essere narrato come un torto generale, una ferita alla pace e alla giustizia, e sanzionato negativamente dall’odiato, da un altro personaggio o dal narratore. Si può creare allora una diversa catena di senso, in cui — contrariamente a quel che sostiene l’odiato — l’odiato è una vittima, l’odiato un malvagio, a sua volta meritevole di essere odiato: quest’*odio secondo* può allora essere inteso come una difesa della vittima, ma anche della pace, della verità e della giustizia: insomma di nuovo un obbligo morale. La catena può procedere anche oltre, la narrazione può contestare quest’odio secondo che si vuole giusto ed universale, mostrando che in realtà è anch’esso parziale, risponde anch’esso alla definizione di odio come volontà di distruzione di un nemico, indipendente dalle sue azioni. Di fronte a questa catena di valorizzazioni contraddittorie, quel che decide, naturalmente, è *il punto di vista implicito nella narrazione*.

3. Nietzsche e Spinoza

C’è una significativa convergenza fra questa complessa rappresentazione narratologica dell’odio come passione *di risposta* a un torto percepito e l’atteggiamento che Nietzsche chiamava “ressentiment” (risentimento), spiegato al meglio in un apologo di *Genealogia della morale* (Nietzsche 1984, I, 10–13):

Il problema dell’*altra* origine del “buono”, del buono come lo ha concepito l’uomo del *ressentiment*, esige la sua risoluzione. — Che gli agnelli nutrano avversione per i grandi uccelli rapaci, è un fatto che non sorprende: solo che non v’è in ciò alcun motivo per rimproverare ai grandi uccelli rapaci di impadronirsi degli agnellini. E se gli agnelli si vanno dicendo fra loro: «Questi rapaci sono malvagi; e chi è il meno possibile uccello rapace, anzi il suo opposto, un agnello — non dovrebbe forse essere buono?» su questa maniera di erigere un ideale non ci sarebbe nulla da ridire, salvo il fatto che gli uccelli rapaci guarderanno a tutto ciò con un certo scherno e si diranno forse: «Con loro non ce

l'abbiamo affatto, noi, con questi buoni agnelli; addirittura li amiamo: nulla è più saporito di un tenero agnello». [...] La rivolta degli schiavi nella morale contemporanea comincia quando il risentimento stesso diviene creatore e genera valori; il risentimento di quegli esseri ai quali la vera reazione, quella dell'azione, è negata e che perciò non trovano compenso che in una vendetta immaginaria.

Non è questo naturalmente il luogo per discutere l'ideologia che si esprime in questo apologo. Ci interessa solo sottolineare che essa dipende dall'intuizione molto generale di un rapporto fra odio (o "risentimento") e danno esistenziale percepito, che era stata sviluppata col massimo rigore già da Baruch Spinoza nella sua *Etica* (Spinoza 2007, Parte III. prop. 13, scolio):

L'Amore non è altro che Letizia accompagnata dall'idea di una causa esterna, e l'Odio non è altro che Tristezza, accompagnata dall'idea di una causa esterna. [Perciò] chi ama si sforza di avere presente e di conservare la cosa che ama, chi odia si sforza di allontanare e di distruggere la cosa che odia. [Tristezza, a sua volta] è il passaggio dell'uomo [subito dopo si dirà: della Mente] da una perfezione maggiore a una minore. [Infine] la realtà e la perfezione sono coincidenti.

Sicché perdere perfezione significa perdere realtà, degradare il proprio essere. L'odio è dunque per Spinoza l'attribuzione all'*idea* di una causa esterna del senso di una diminuzione ontologica, di una perdita d'essere, e in questo è l'opposto simmetrico dell'amore. Vale la pena di notare qui che altre volte nel testo il lessico dell'"idea" è sostituito da quello dell'"immagine" o "immaginazione": in ogni caso non si sta parlando di una situazione fattuale, ma della sua *percezione*, giusta o sbagliata che sia. La conseguenza dell'analisi di Spinoza, chiarissima nel serrato procedere delle proposizioni dell'*Etica* è che amore e odio sono sentimenti *diliganti*:

«Ameremo o odieremo una cosa per il fatto di immaginare che essa abbia qualcosa di simile a un oggetto che è solito suscitare nella mente Letizia o Tristezza» (Prop. 17), «nel passato o nel futuro come nel

presente» (Prop. 18); «chi immagina che ciò che odia venga distrutto si rallegherà» (Prop. 19); «Chi immagina che ciò che odia sia affetto da Tristezza si rallegherà; se invece immagina che sia affetto da Letizia si rattristerà; e ognuno di questi affetti sarà maggiore o minore a seconda che il suo contrario sia maggiore o minore in ciò che odia». (Prop. 23); «se immaginiamo che qualcuno disponga alla Letizia una cosa che abbiamo in Odio, saremo affetti da Odio anche per lui» (Prop. 24); «della cosa che odiamo ci sforziamo di affermare tutto ciò che immaginiamo recarle Tristezza e, al contrario, ci sforziamo di negare tutto ciò che immaginiamo recarle Letizia» (Prop. 26); «ci sforziamo di allontanare o di distruggere tutto ciò che immaginiamo contrastare la Letizia o condurre alla Tristezza» (Prop. 28).

Insomma dall'analisi di Spinoza dell'odio e dell'amore emerge una fortissima tendenza verso quel che oggi si chiama polarizzazione: tutto ciò che è legato o sostiene l'oggetto dell'odio viene a sua volta odiato e così via, fino a investire potenzialmente tutta la realtà. Si tratta di un ragionamento volutamente tenuto sul piano formale “*more geometrico*” ma esso coglie certamente un movimento psicologico e sociologico reale. Naturalmente leggendo Spinoza bisogna considerare con molta attenzione la sua terminologia, che non corrisponde pienamente a quel che noi intendiamo con le stesse parole nella vita quotidiana: soprattutto per “amore”; qui si tratta soprattutto dell'affermazione dell'autosussistenza e di ciò che la sostiene. In semiotica i termini corrispondenti sono “euforia” e “disforia” (Greimas e Courtès 1979, pp. 238–39 sub voce *thymique (catégorie)*). Per capire meglio questo punto vale la pena, anacronisticamente, di passare a una citazione di Freud, che chiarisce il problema:

Amore e odio, che ci si presentano come un'antitesi assoluta quanto a contenuto, non stanno [...] in una relazione semplice l'uno rispetto all'altro. Essi non sono derivati dalla scissione di un'originaria unità, ma hanno distinta origine e hanno subito ciascuno un proprio sviluppo, prima di costituirsi in antitesi sotto l'influsso della relazione piacere/dispiacere [...] L'odio, come relazione nei confronti dell'oggetto, è più antico dell'amore; esso scaturisce dal

ripudio primordiale che l'io narcisistico oppone al mondo esterno come sorgente di stimoli. In quanto manifestazione della reazione di dispiacere provocata dagli oggetti, l'odio si mantiene sempre in intimo rapporto con le pulsioni di conservazione dell'Io (Freud 1976, pp. 33-34).

4. L'odio politico

L'interesse per l'odio nei media attuali però non è psicologico né tanto meno narratologico, ma sociale, più precisamente politico. Anzi, secondo un'idea diffusa ben al di là del suo inventore, Carl Schmitt, e del suo ambito politico proprio (il pensiero reazionario che vede il nazismo come una palingenesi che rovescia le illusioni del liberalismo), la politica stessa si fonderebbe sulla opposizione fra "amico e nemico", e cioè sull'"amore" (nel senso spinoziano, naturalmente) per chi è "dei nostri" e sull'odio per i nemici. Quest'odio pubblico per Schmitt va tenuto ben distinto da quello più banale e privato. *Inimicus* (il nemico privato) non significa *hostis*, quello pubblico. Quest'ultimo, secondo il cattolico Schmitt, non va assolutamente amato come vorrebbe la morale religiosa, se non si vuole tradire la propria parte, perché in gioco non vi è solo la relazione "io-tu", ma quella verso tutti coloro nei confronti dei quali si è responsabili.

Ogni teoria politica presuppone, secondo Schmitt, che l'uomo sia un essere pericoloso e che caratteristica fondamentale della politica sia l'inimicizia. In uno scritto del 1927, intitolato *Il concetto politico*, egli scorge nella distinzione amico-nemico la distinzione specifica: il politico rappresenta l'antagonismo più estremo. Il nemico non è colui con il quale si è in concorrenza sul piano economico o verso il quale si prova avversione e odio personale: nemico è solo quello pubblico, cosicché la distinzione amico-nemico indica solo «l'estremo grado di intensità di un'associazione o dissociazione». Nemico politico è l'altro, lo straniero, con il quale possono insorgere conflitti, ma questo non vuol dire che la sfera del politico coincida con la guerra: questa

può essere una conseguenza dell’inimicizia, ma non ne è né lo scopo né il contenuto, tanto è vero che in determinati casi può essere più “politico” evitarla. Lo Stato è l’entità politica decisiva, perché solo ad esso appartiene lo *jus belli*: solo esso può determinare il nemico, promuovere la guerra e richiedere ai suoi membri il sacrificio estremo. In quanto tale, lo Stato è superiore a ogni altra entità politica o sociale, cosicché classi o gruppi sociali antagonistici, partiti e associazioni possono esistere finché non mettono in pericolo l’ordine legale e politico stabilito. La funzione primaria dello Stato, dunque, non si esprime nel fare la guerra o nel controllare la vita privata dei cittadini, ma nello stabilire l’ordine e la sicurezza: in casi estremi, esso può decidere qual è il nemico interno, cioè dichiarare tale il gruppo che minaccia l’esistenza dello Stato stesso. Quando il contrasto interno amico–nemico si trasforma in un conflitto armato fra gruppi, allora lo Stato non è più l’entità politica decisiva e ne segue la guerra civile, nella quale ogni gruppo fa valere una propria distinzione amico–nemico. Un mondo da cui fosse esclusa la possibilità della guerra esterna o della guerra civile, sarebbe privo della distinzione amico–nemico e, quindi, della dimensione del “politico” (<https://www.filosofico.net/schmitt.htm>).

Che l’odio sia essenziale al rapporto col nemico e alla guerra, è una teoria che probabilmente arriva a Schmitt da Clausewitz, che nelle prime pagine del suo fondamentale trattato *Von Kriege* (Clausewitz 1997, par. 28) presenta la guerra come “uno strano camaleonte” comprendente tre aspetti, in cui ha una parte importante proprio l’odio pubblico e politico:

Della violenza originale del suo elemento, l’odio e l’inimicizia, da considerarsi come un cieco istinto; del gioco delle probabilità e del caso, che le imprimono il carattere di una libera attività dell’anima; della sua natura subordinata di strumento politico, ciò che la riconduce alla pura e semplice ragione. La prima di queste tre facce corrisponde più specialmente al popolo, la seconda al condottiero ed al suo esercito, la terza al governo. Le passioni che nella guerra saranno messe in gioco debbono già esistere nelle nazioni.

Sull'applicabilità di questa idea al mondo contemporaneo ha mostrato grande scetticismo il pensatore marxista apocalittico Günther Anders, in uno dei testi più interessanti sull'odio uscito negli ultimi decenni, intitolato provocatoriamente "L'odio è antiquato" (Anders 2006). Come dice dei suoi soldati il personaggio principale del dialogo in questione, il "presidente Traufe":

Non appena io ho inoculato in loro l'odio, allora sono anche persuasi di conoscere coloro che odiano. Essi odiano persone o gruppi non perché conoscano i loro tratti esecrabili. Al contrario, nel momento in cui odiano qualcuno, sono anche convinti di conoscerlo attraverso il loro odio. E sulla base di questa presunta conoscenza li odiano ancora di più. Esiste una bella legge: Odio presunto e conoscenza presunta aumentano vicendevolmente [...] come ho detto, amano talmente odiare, che si accontentano di chiunque. Non hanno affatto bisogno di autentici ebrei. [...] Non ho mai avuto alcuna difficoltà a rimpinzarli d'odio, non importa verso chi. E, come ho detto, ciò funziona tanto meglio giacché essi amano più l'odio in sé di quanto odino chi, di volta in volta, è odiato (*ibidem*).

Reagisce scettico il filosofo Pirrone, altro personaggio del dialogo, con cui si esprime lo stesso Anders: i suoi soldati

restano talmente distanti dai loro cosiddetti nemici, devono puntare così lontano, che ormai non "puntano" più veramente, non hanno nemmeno più la percezione delle loro vittime, non sanno ormai più nulla di loro [...] come potrebbe essere possibile a simili soldati nutrire odio per uomini che non hanno mai incontrato e che (considerando che saranno annientati) non incontreranno mai? E perché questi soldati, che non guerreggiano più corpo a corpo, che ormai non dividono più con i loro nemici un campo di battaglia ma, nel migliore dei casi, manovrano degli strumenti in un luogo indefinito dal quale, a vista d'occhio, non s'intravede alcun nemico... perché avrebbero ancora bisogno dell'odio? Non è, non sarebbe un sentimento affatto superfluo? Affatto antiquato? E perché lei dà tanta importanza alla produzione artificiale di questo sentimento superfluo? (*ibidem*).

Il testo di Anders risale a un momento in cui, dopo il crollo dell'Urss, sembrava in corso la "fine della storia" (Fukuyama 1992) e con essa anche della politica, della pertinenza dell'opposizione amico/nemico che la articola e anche dunque dell'odio, almeno di quello pubblico e politico. Poco dopo sarebbero però venuti a smentirlo l'11 settembre, gli attentati islamisti che senza dubbio esibiscono "l'odio e l'inimicizia" di cui parla Clausewitz come origine delle guerre e anche la progressiva aggressività di Russia e soprattutto Cina nei confronti dell'ordine mondiale patrocinato negli Stati Uniti. Anche all'interno dei paesi occidentali, si sarebbero generate forti tensioni politiche interne con il loro effetto d'odio non però tanto sui tradizionali temi sociali (la lotta di classe), quanto di identità e diritti (problemi di genere, di "razza", di immigrazione ecc.).

Su questo ultimo punto dovrò ritornare, ma per ora è importante notare che le analisi sull'odio politico che ho riportato e le altre opinioni incidenti su questo problema che si potrebbero citare (Scheler, Weber, Arendt ecc.) trattano tutte l'odio come una condizione o un prodotto del conflitto e in particolare del conflitto politico, considerando che esso si generi *in maniera simmetrica*. L'odio in tutte queste analisi non viene presentato come l'attributo di una parte, di un'ideologia o di un modo di essere; esso è un effetto dello scontro fra due entità politiche e le investe entrambe; e insieme è una premessa del conflitto, secondo una modalità circolare caratteristica: l'individuazione anche emotiva del nemico (dunque l'odio) è alla base del conflitto politico (fino alla guerra vera e propria, in particolare quella forma di guerra particolarmente efferata che è la guerra civile, la scissione di una società in due parti nemiche che si odiano e si combattono) che a sua volta alimenta fortemente l'odio. Si tratta di una sorta di circolo vizioso dell'ostilità, chiaramente molto pericoloso ogni volta che si presenta. In queste analisi l'odio politico si sottrae dunque a una valutazione morale che non sia la promessa apocalittica della fine messianica di tutti i conflitti:

Spezzeranno le loro spade e ne faranno aratri,
delle loro lance faranno falci;
una nazione non alzerà più la spada
contro un'altra nazione,
non impareranno più l'arte della guerra (Isaia 2: 4).

Anche le previsioni contenute nella Bibbia ebraica di «non vendicarsi contro il tuo popolo e amare il prossimo come se stesso» (Lev 19:18) e di aiutare il proprio nemico («Se incontri il bue del tuo nemico o il suo asino smarrito, glielo riporterai. Se vedi l'asino di colui che ti odia stesso a terra sotto il carico, guardati bene dall'abbandonarlo, ma aiuterai il suo padrone a slegarlo». Es 23: 4-5), poi ripresi e ribaditi dal Vangelo, sono sempre stati intesi, tanto in ambito cristiano che ebraico come pertinenti alla condizione privata dell'*inimicus* molto più che a quella pubblica dell'*hostis*, come il testo chiarisce bene. La necessità dell'odio politico e il suo costo etico e psicologico è un'ammissione che spesso è stata fatta dai combattenti politici più lucidi. Ammette Bertolt Brecht, in conclusione a una famosa poesia del 1939, *A coloro che verranno (An die Nachgeborenen)*:

Eppure sappiamo:
 Anche l'odio verso la bassezza
 Distorce i tratti del viso.
 Anche l'ira per le ingiustizie
 Rende la voce rauca. Ah, noi
 Che volevamo preparare il terreno per la gentilezza
 Noi non potevamo essere gentili.

Ma voi, quando sarà venuto il momento
 In cui l'uomo sarà amico dell'uomo
 Ricordate noi
 Con indulgenza.

5. Hate speech

Non è così però che entra nel discorso pubblico attuale l'odio e il discorso che lo esprime (*hate speech*). Esso è innanzitutto presentato come un male in sé, come fa Eco (2008), il che potrebbe certamente essere ragionevole se lo individuasse come una possibile causa di un circolo vizioso dell'ostilità capace di portare a un conflitto politico estremo. È noto che questo tipo di circolarità è favorita dalla facilità e dalla velocità

della comunicazione, dunque ha avuto un notevole incremento con lo sviluppo di Internet e in particolare dei social media, che producono “camere ad eco” (*echo chambers*), con forti effetti di amplificazione dell’ostilità (Cinelli *et al.* 2021). Vi è oggi un campo molto vasto di ricerca teorica e pratica sul tema della radicalizzazione in rete. Non è possibile entrare qui in questo ampio dibattito, mi limito a citare il lavoro di analisi empirica informatica di Walter Quattrocchi (2016 con A. Vicini, 2018) e inoltre, fra i lavori recenti in italiano, Antonelli (2021) e Brunelli (2021). Ma bisogna notare che anche queste analisi non considerano l’odio come attributo essenziale di una parte specifica, bensì come uno degli elementi di un processo di affiliazione e di ostilità. Non è l’odio che va condannato sul piano morale, ma il meccanismo che se ne alimenta e allo stesso tempo lo produce.

Se guardiamo al discorso pubblico e mediatico sullo *hate speech* (non alle abbondanti analisi sociologiche e filosofiche, come per esempio Bianchi 2021; Bianchi e Caponetto 2020, che appartengono a un altro regime linguistico e non possono costituire l’oggetto della nostra analisi semiotica), l’impressione è molto diversa. Prendiamo in considerazione per esempio la *Raccomandazione* n. 20/1997 del comitato dei ministri del consiglio d’Europa, che è interessante per noi a causa del suo carattere inaugurale nel discorso pubblico europeo sul tema:

il termine “discorso d’odio” (*hate speech*) deve essere inteso come l’insieme di tutte le forme di espressione che si diffondono, incitano, sviluppano o giustificano l’odio razziale, la xenofobia, l’antisemitismo ed altre forme di odio basate sull’intolleranza e che comprendono l’intolleranza espressa attraverso un aggressivo nazionalismo ed etnocentrismo, la discriminazione, l’ostilità contro le minoranze, i migranti ed i popoli che traggono origine dai flussi migratori (<https://www.openpolis.it/parole/che-cose-lhate-speech-e-come-regolamentato/>).

Si può essere d’accordo o meno con il sistema valoriale implicito in questa dichiarazione, ma è evidente a tutti lo scarto rispetto alle analisi precedenti. Non siamo più di fronte a un’analisi psicologica o sociologica o semiotica dell’odio come “sentimento”, “passione” o meccanismo politico generale, ma alla qualificazione negativa come “odio”

di certe ideologie, che partono da temi molto largamente condannati come antisemitismo e razzismo, per arrivare però a comprendere opinioni molto più discusse come l'”ostilità” verso i “flussi migratori”.

È evidente che qui è in gioco una doppia operazione retorica: da un lato l'unificazione di atteggiamenti politici molto diversi, come l'”ostilità contro [...] i flussi migratori” (diciamo genericamente quelli che in seguito si è iniziato a chiamare sovranisti o populistici — una denominazione molto interessante e problematica, che non è possibile analizzare qui) con temi assai diversi caratteristici del nazifascismo come “l'odio razziale” e “l'antisemitismo”, anche se questi ultimi sono stati ripetutamente e pubblicamente rifiutati dai leader principali cui viene normalmente applicata la categoria del “sovranismo”⁽¹⁾; dall'altra l'implicito giudizio morale che applica la categoria dell'odio solo a questa parte politica e non ad altre ad esse contrapposte, dall'islamismo all'estrema sinistra che oggi si autodefinisce (almeno negli Usa) “woke” ed è spesso descritta nei termini di “cancel culture”, la quale a sua volta implica evidentemente un sentimento polemico che sfocia nell'odio. Questa retorica è relativamente nuova, la sua prima testimonianza sulla stampa italiana probabilmente risale al 2007 (con un articolo su *Repubblica*, firmato da Giancarlo Bosetti, cfr Papalia 2021, cap 3, n. 24), ma è entrata ormai nel linguaggio, come testimoniano un paio di definizioni dizionariali recenti:

TRECCANI: Hate speech: Espressione di odio rivolta, in presenza o tramite mezzi di comunicazione, contro individui o intere fasce di popolazione (stranieri e immigrati, donne, persone di colore, omosessuali, credenti di altre religioni, disabili, ecc.) (https://www.treccani.it/vocabolario/hate-speech_res-2f344fce-89c5-11e8-a7cb-00271042e8d9_ (Neologismi)).

(1) Non è compito di un articolo come questo esaminare le politiche di queste forze politiche; mi limito a richiamare alcune delle numerose dichiarazioni in questo senso da parte delle figure più note in Italia che negano questa connessione: https://www.ilmattino.it/primopiano/politica/salvini_antisemitismo_convegno_lega_senato_oggi-4987594.html; <https://www.ilgiornale.it/news/politica/meloni-italia-non-si-2018984.html>; <https://www.shalom.it/blog/news-in-italia-bc171-eliminato/antisemitismo-salvini-in-terapia-chi-nega-shoah-ma-no-commissioni-partitiche-b629441>. Analoghe dichiarazioni si possono facilmente trovare per quanto riguarda i movimenti stranieri.

CAMBRIDGE: Hate speech: Public speech that expresses hate or encourages violence towards a person or group based on something such as race, religion, sex, or sexual orientation (= the fact of being gay ecc.) (<https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/hate-speech>).

WIKIPEDIA: Hate speech is «usually thought to include communications of animosity or disparagement of an individual or a group on account of a group characteristic such as race, colour, national origin, sex, disability, religion, or sexual orientation» (https://en.wikipedia.org/wiki/Hate_speech).

L'edizione italiana è quasi perfettamente corrispondente, con solo qualche specificazione in più:

INCITAMENTO ALL'ODIO Un discorso di incitamento all'odio o discorso d'odio (traduzione della dizione inglese *hate speech*) è una comunicazione con elementi verbali e non verbali mirati a esprimere e diffondere odio e intolleranza, o a incitare al pregiudizio e alla paura verso un individuo o un gruppo di individui accomunati da etnia, orientamento sessuale o religioso, disabilità, altra appartenenza sociale o culturale (https://it.wikipedia.org/wiki/Incitamento_all%27odio).

Non è ovviamente compito di un saggio come questo discutere nel merito i progetti politici che sono qualificati come “discorsi d'odio” e neppure quelli di coloro che hanno costruito questa categoria, sia perché sia i primi che i secondi sono parecchi e diversi fra loro; sia perché il dibattito sulle proposte normative miranti a criminalizzare lo *hate speech* (come in Italia la cosiddetta “legge Zan”) e sulla *cancel culture*, è in pieno svolgimento. Vale però la pena di sottolineare ancora il notevole scostamento che si è creato fra queste ultime definizioni e l'analisi linguistica e filosofica classica sull'odio e la dimensione retorica e conflittuale che è implicita in questo spostamento semantico. Lo *hate speech* diventa l'attributo che rende *odiosa* una delle due ali dello schieramento politico, la sua *colpa*, che la rende meritevole dell'ira da parte dei “corretti”: un'ira così consolidata che diventa a sua volta odio. Ma quest'odio, agli occhi di chi lo pratica, è *giustificato*, anzi è un *odio giusto*.

Fra i molti interventi che sono stati prodotti sul tema, voglio limitarmi a citare la presentazione di un documento elaborato dall'ARCI, l'organizzazione ricreativa che è sempre rimasta legata al maggiore partito della sinistra italiana, da cui emerge con forza la *strumentalità interdittiva* di questa definizione e delle azioni connesse:

I predicatori d'odio sono tra le figure pubbliche di maggiore successo degli ultimi anni. Usare parole di odio, alimentare il razzismo nei confronti di minoranze [...], è diventata un'attività molto "remunerativa", sia in termini di consenso elettorale, sia per la carriera politica di singole persone. Di fronte alla pervasività dei discorsi d'odio e alla loro relativa influenza nei mezzi di comunicazione oggi più dinamici e invasivi — la rete internet e, ancora di più, i social network — le organizzazioni sociali, gli attori della società civile, i soggetti che analizzano i fenomeni culturali e sociali e provano ad agire per modificarli hanno la responsabilità di mettere in campo un'azione adeguata alla sfida che abbiamo davanti, dopo un esame attento e accurato di quel che sta succedendo. Per ridurre e fermare la pervasività e la popolarità dei discorsi d'odio è necessario costruire le condizioni per la definizione di un tabù socialmente condiviso e popolare. Un muro che obblighi chiunque faccia ricorso alle parole d'odio a sentirsi "fuori gioco", non accettato, isolato (<https://www.arci.it/documento/discorsi-dodio-e-social-media/>).

Vale la pena di notare infine che spesso lo *hate speech*, soprattutto quando esso consiste nel fatto di esprimere opinioni politiche su temi controversi come l'immigrazione o il rapporto fra sesso biologico e "genere" difforme che certi singoli soggetti si attribuiscono, non è contemplato come reato dalla maggior parte delle legislazioni occidentali, anzi è spesso costituzionalmente protetto rispetto alla giustizia pubblica, almeno quando è un caso di libera espressione di pensiero senza incitare ad azioni lesive o violente; ma ha dato luogo negli ultimi anni a varie forme di "giustizia privata", realizzata senza particolare fondamento legale da varie organizzazioni come società che producono siti in rete, università, aziende private o addirittura gruppi di clienti/studenti/iscritti, con pene che vanno dall'esclusione dalla comunicazione all'ostracismo al licenziamento fino a veri atti di violenza fisica e tentativi di linciaggio.

Mentre molte di queste scelte sono condotte in totale informalità, senza alcuna garanzia di correttezza, le organizzazioni maggiori hanno cercato di dettagliare meglio le loro scelte e tentare alcune definizioni, che restano comunque molto vaghe. È assai istruttivo a questo proposito un lungo documento prodotto dall’organizzazione di Facebook (oggi Meta), firmato dal loro vicepresidente per Europa, Medio Oriente, Africa Richard Allen, intitolato «Chi dovrebbe decidere che cos’è *hate speech* in una comunità globale online?» (<https://about.fb.com/news/2017/06/hard-questions-hate-speech/>, traduzione mia). Vi si legge, fra l’altro:

Noi siamo impegnati a rimuovere (*da Facebook*) lo hate speech ogni volta che lo riconosciamo [...] Ma è chiaro che non siamo perfetti quando si tratta di far rispettare la nostra politica. Spesso ci sono chiamate ravvicinate e troppo spesso sbagliamo. [...] Se non riusciamo a rimuovere i contenuti che segnalate perché ritenete che si tratti di incitamento all’odio, è come se non fossimo all’altezza dei valori dei nostri “Standard della community”. Quando rimuoviamo qualcosa che hai pubblicato e ritieni sia una visione politica ragionevole, può sembrare una censura.

Insomma, è un’organizzazione privata a decidere che cosa sia hate speech o meno e anche a prendersi il compito di giudicarlo e sanzionarlo, esercitando una funzione — quasi — giuridica, il che naturalmente dà molto da pensare sulla distribuzione e l’efficacia della sovranità giuridica dello Stato nella società attuale.

Che la definizione di hate speech sia problematica e che il concetto più che aver valore conoscitivo sia pragmatico e mirato all’interdizione di posizioni politiche sgradite, lo testimonia anche l’articolo recente dedicatogli dalla *Stanford Encyclopedia of Philosophy*:

Hate speech è un concetto che molte persone trovano intuitivamente facile da comprendere, mentre allo stesso tempo molti altri negano che sia persino un concetto coerente. La maggior parte delle nazioni democratiche sviluppate ha emanato una legislazione sullo hate speech [...]. Tuttavia, il concetto di hate speech solleva molte domande difficili:

a cosa si riferisce l'”odio” nello hate speech? Esso può essere diretto a gruppi dominanti o è per definizione rivolto a comunità oppresse o emarginate? Lo hate speech è sempre “discorso”? Qual è il danno o i danni dello hate speech? E, cosa forse più difficile di tutte, cosa si può o si dovrebbe fare per contrastarlo? [...] Il termine “hate speech” è più di un concetto descrittivo utilizzato per identificare una specifica classe di espressioni. Funziona anche come termine valutativo giudicando negativamente il suo referente e come candidato alla censura. Pertanto, la definizione di questa categoria comporta gravi implicazioni. Cos'è che designa lo hate speech come una classe distintiva di discorso? Alcuni sostengono che il termine stesso “hate speech” sia fuorviante perché suggerisce erroneamente «antipatia virulenta per una persona per qualsiasi motivo» come caratteristica distintiva⁽²⁾.

Da tutti i documenti è chiaro che l'odio non c'entra molto con lo hate speech, che può essere perfettamente freddo e razionale; questa denominazione è stata scelta per ottenere un facile consenso sull'interdizione di discorsi politici, che a torto o a ragione si ritiene giusto impedire perché attaccano dei gruppi o delle categorie di comportamento protette. Si legge per esempio ancora nel documento del dirigente di Facebook citato sopra:

La nostra attuale definizione di incitamento all'odio è tutto ciò che attacca direttamente le persone in base a quelle che sono note come le loro “caratteristiche protette”: razza, etnia, origine nazionale, affiliazione religiosa, orientamento sessuale, sesso, genere, identità di genere o grave disabilità o malattia.

Si tratta evidentemente di scelte che discendono da scelte ideologiche molto precise, come denuncia l'uso della parola “razza” (che non ha alcuna base scientifica ma è polemicamente assai sottolineata negli Stati Uniti, paradossalmente soprattutto nel discorso che si descrive come antirazzista)⁽³⁾ o della distinzione fra «orientamento sessua-

(2) <https://plato.stanford.edu/archives/spr2022/entries/hate-speech/>, traduzione mia.

(3) Non è questo il nostro tema, ma vale la pena di citare almeno qualcuno fra gli innumerevoli interventi nel dibattito pubblico americano che descrivono come “razzista”

le, sesso, genere, identità di genere». Di fatto fra queste categorie si è stabilita una gerarchia, per cui per esempio in molti ambienti universitari e intellettuali anglosassoni, una donna femminista (protetta per sesso e genere) non possa dire che secondo lei le donne sono persone biologicamente femminili (il che scientificamente è una tautologia) senza essere esclusa e gravemente sanzionata per “hate speech” contro le persone che hanno scelto un’identità di genere femminile, senza appartenere biologicamente a questo sesso. Tale intreccio, che si estende anche a conflitti politici (comprendendo per esempio fra le categorie protette certi popoli, come i palestinesi e non certi altri, come gli ebrei) è chiamata con il bizzarro nome di intersezionalità. Ma vale la pena di ripetere che in questa produzione linguistica la presenza del lessema “odio” è pretestuosa: un espediente retorico per coprire un discorso politico, non importa qui stabilire quanto nobile o pericoloso. La polemica sull’odio nei social media è altrettanto pretestuosa: basterebbe sfogliare la collezione dei giornali e dei discorsi dei leader politici di periodi storici agitati come il “biennio rosso” che si concluse con la presa del potere da parte del fascismo, o la “Guerra fredda” degli anni Cinquanta, o anche gli “Anni di Piombo” dopo il Sessantotto, per trovare regimi discorsivi ben più violenti, spesso correlati ad azioni politiche improntate alla violenza di massa e al terrorismo.

6. Conclusione

Alla fine di questo percorso vale la pena di riaffermare che l’odio è un tema di grande interesse per le scienze umane, proprio perché è così largamente diffuso nelle diverse culture e praticato dagli individui, che si tratti di odio privato o politico. È evidente che esso è un male:

la negazione della realtà delle razze o la “cecità al colore” (colourblindness), che richiama il tema progressista del famoso principio del “velo” che la giustizia deve opporre alle caratteristiche degli attori sociali secondo John Rawls (1971): <https://ideas.ted.com/why-saying-i-dont-see-race-at-all-just-makes-racism-worse/>; <https://fitchburgstate.libguides.com/c.php?g=1046516&p=7616506>; <https://www.rochester.edu/newscenter/ibram-x-kendi-the-very-heartbeat-of-racism-is-denial-470332/>; <https://www.theatlantic.com/politics/archive/2015/09/color-blindness-is-counterproductive/405037/>.

un danno per chi lo subisce e ne viene danneggiato, ma anche per chi lo prova, perché si tratta di un sentimento fortemente disforico, che turba la lucidità e la serenità. E infine un danno per la società, che va al di là del conflitto che lo provoca, perché esso suggerisce o almeno sembra autorizzare comportamenti violenti e inumani. L'idea che bisognerebbe evitarlo quando possibile è diffusa nell'insegnamento dei maestri di etica e delle maggiori religioni, ma non senza controindicazioni; bisogna ricordare, per fare solo un esempio, che Gesù nei Vangeli dice sì di "amare i propri nemici" (Lc 6, 27–38), ma anche di «Non pensare che io sia venuto a mettere pace sulla terra; non sono venuto a mettervi la pace, ma la spada» (Mt 10: 34), cioè metaforicamente la divisione radicale fra i suoi seguaci e chi lo rifiuta. Per capire che cosa sia odio e che cosa non lo sia bisogna però guardare ai fatti, ai comportamenti, a ciò che effettivamente viene detto. Usare la qualificazione di "discorso d'odio" per ogni presa di parola da cui si dissente è pericoloso per la libertà di opinione e nel merito impreciso, o addirittura ingannevole.

Riferimenti bibliografici

- Anders G. (2006 [1985]) *L'odio è antiquato*, Bollati Boringhieri, Torino.
- Anonimo (2018 [1334]) *Ottimo commento alla «Commedia»–mebiose sopra la «Comedia»*, Salerno Ed., Roma, <https://books.google.it/books?id=JA3e5Qsq4YC&pg=PA258&lpg=PA258>.
- Antonelli F. (2021) *Radicalizzazione*, Mondadori Università, Milano.
- Bianchi C. (2021) *Hate speech. Il lato oscuro del linguaggio*, Laterza, Bari.
- Bianchi C. e L. Caponetto (a cura di) (2020) *Linguaggio d'odio e autorità*, Mimesis, Milano.
- Brunelli M. (a cura di) (2021) *Prevenzione e contrasto al terrorismo di matrice confessionale e alla radicalizzazione*, Rubettino, Genova.
- Buti F. (2010 [1260]) *Commento Di Francesco Da Buti Sopra La Divina Comedia Di Dante Allighieri*, Nabu Press, Firenze, [https://it.wikisource.org/wiki/Pagina:Commedia_-_Inferno_\(Buti\).djvu/261](https://it.wikisource.org/wiki/Pagina:Commedia_-_Inferno_(Buti).djvu/261).
- Cicerone (1998 [85–80 a.C.]) *De inventione*, Congedo, Galatina, https://la.wikisource.org/wiki/De_inventione/Liber_I.

- Cinelli M., G. De Francisci Morales, A.G. Galeazzi, W. Quattrociocchi e M. Starnini (2021) *The echo chamber effect on social media*, “PNAS”, March 2, <https://doi.org/10.1073/pnas.2023301118>.
- von Clausewitz C. (1997 [1832]) *Della Guerra*, Mondadori, Milano (1997 Ed. tedesca: <http://www.clausewitz.com/readings/VomKriege1832/Book1.htm#1-1>).
- Darwin C. (2005 [1872]) *L'espressione dei sentimenti nell'uomo e negli animali*, (edizione elettronica della traduzione italiana, Unione tipografico–editrice, Torino, 1878), [https://www.liberliber.it/mediateca/libri/d/darwin/l_espressione_dei_sentimenti/pdf](https://www.liberliber.it/mediateca/libri/d/darwin/l_espressione_dei_sentimenti/pdf/darwin_l_espressione_dei_sentimenti.pdf)
- Eco U. (1975) *Trattato di semiotica generale*, Bompiani, Milano.
- Eco U. (2008) *Costruire il nemico*, conferenza all'università di Bologna, ora raccolta in Eco (2011).
- Eco (2011) *Costruire il nemico e altri scritti*, Bompiani, Milano.
- Ekman P., W.V. Friesen e J. Hager (2002). *Facial Action Coding System: A Technique for the Measurement of Facial Movement*, Consulting Psychologists Press, Palo Alto.
- Fabbri P. (2011) *Che rabbia!*, “Alfabeto”, 2, n. 13, ottobre 2011, <https://www.paolofabbri.it/saggi/ira/>.
- Frate Tommaso (1856 [XIV sec.]) *Fiore di virtù*, Le Monnier, Firenze, https://it.wikisource.org/wiki/Fiore_di_virt%C3%B9/VIII.
- Freud S. (1976 [1915]) *Pulsioni e loro destini*, in *Opere*, Boringhieri, Torino, vol. VII.
- Fukuyama F. (1992) *La fine della storia e l'ultimo uomo*, Rizzoli, Milano.
- Greimas A.J. (1981) *De la colère. Étude de sémantique lexicale*, “Actes sémiotiques — Documents”, n. 27.
- Greimas A.J. (1984 [1983]) *Del senso 2*, Bompiani, Milano.
- Greimas A.J. e Courtés, J. (1979) *Sémiotique, Dictionnaire raisonné de la théorie du langage*, Hachette, Paris.
- Jullien Fr. (2008) *De l'universel, de l'uniforme, du commun et du dialogue entre les cultures*, Fayard, Paris.
- Latini B. (2011 [1260]) *Rettorica*, Nabu Press, Firenze, https://dama.dantenetwork.it/index.php?id=20&workSign=Latini_Rettorica&pb=14&start=1&L=0.
- Nietzsche F. (1984 [1887]) *Genealogia della morale*, Adelphi, Milano.

- Papalia L. (2021) *Odio online: tra criminologia e diritto: La repressione penale delle manifestazioni d'odio attraverso la Rete*, Tesi di laurea in giurisprudenza, https://www.amazon.it/Odio-online-criminologia-repressione-manifestazioni-ebook/dp/Bo8NXRNG6G/ref=sr_1_2.
- Quattrococchi W. e A. Vicini (2016) *Misinformation. Guida alla società dell'informazione e della credulità*, Franco Angeli, Milano.
- Quattrococchi, W. (2018) *Liberi di crederci. Informazione, internet e post-verità*, Codice, Torino.
- Ricolfi L. (2008) *Perché siamo antipatici. La sinistra e il complesso dei migliori*, Longanesi, Milano.
- Ricolfi L. (2017) *Sinistra e popolo. Il conflitto politico nell'era dei populismi*, Longanesi, Milano.
- Spinoza B. (2007 [1677]) *Etica*, Bompiani, Milano (Testo originale: <http://users.telenet.be/rwmeijer/spinoza/works.htm>).
- Volli U. (2003) *Manuale di semiotica*, Laterza, Roma-Bari.
- Volli U. (2020) *Dagli attori ai farisei L'invenzione metaforica di un vizio*, "Lessico di etica pubblica", 2: 34-50.
- Wahrig G. (1993) *Der Kleine Wahrig — Wörterbuch der deutschen Sprache*, Bertelsmann, München.
- Ziccardi G. (2016) *L'odio online*, Raffaello Cortina, Milano.

LA FILOSOFIA AL TEMPO DEL TATTOO

FEDERICO VERCELLONE, Università degli Studi di Torino

ABSTRACT: The tattoo has largely been neglected throughout the history of philosophy, yet it spans the entire history of human culture, and takes on a particular relevance in our time. The Classicist perspective, linked to specific political, aesthetic, and moral values, represented the ideality of man through his naked body. The Fascist and Nazi Neoclassicism of the 20th century, on the other hand, clearly showed the deep crisis that this paradigm was facing. Today the tattoo epitomizes the same symbolic crisis. The tattoo era is one in which universality is no longer possible, and we must start again from embodied symbols that do not belong to the subjects and yet can provide them with self-recognition. In fact, the marked body represents a quest for a personal, aesthetic, and polemical authenticity.

KEYWORDS: Bodily mythologies, symbolic embodiment, aesthetic authenticity, self-recognition.

I. Introduzione: Alle cose stesse!

“Alle cose stesse” intitolano Horst Bredekamp e Wolfgang Schäffner (2020) un vero e proprio modo nuovo di guardare alle cose. In tedesco è più semplice spiegarsi perché si dice che conviene andare

verso i *Dinge* e non verso gli *Objekte*, rovesciando così in modo sistematico il punto di vista di Michel Foucault (1966). Non si tratta di muovere, in altri termini, dall'*obiectum* antropizzato, da quello che verrebbe da definire come il corrispondente dell'Io come soggetto. Bisogna fare qualcosa di completamente diverso: lasciare alle cose la loro autonomia in modo che siano esse stesse a dirci della loro storia. Dunque le cose hanno una storia, e potrebbero essere considerate come l'alter ego — paradossale e ironico quanto si vuole — del mondo moderno alienato ed estraniato. Il mondo estraniato si ravviva segretamente nei *Dinge*, come ha ben inteso un film come *La bella e la Bestia*. Si riverbera nella loro presenza solitaria e incombente, che affiora straniata quando l'umanità (finalmente) tace. Questa intuizione ha una radice relativamente lontana. In fondo, già Walter Benjamin nel saggio su Parigi (2014), anche grazie al suo amore per Eugène Atget, esprime proprio questo: l'idea che all'estraniamento del mondo faccia da controcanto il respiro e la vita delle cose. Fotografare — come fa Atget — Parigi, o, quasi analogamente, guardare a Berlino come a una metropoli senza uomini, fatta di cose e animali, come fa Moholy-Nagy in un brevissimo film molto significativamente intitolato *Stilleben in Berlin, Natura morta berlinese*, significa volgersi alla parte positiva dell'alienazione moderna, quella alla quale Karl Marx aveva meno guardato. Non è tanto in gioco il soggetto estraniato dal mondo, che soffre di questa ferita, quanto il mondo estraniato dal soggetto che può finalmente esibire il suo volto. Una vera e propria immagine acheropita... È un po' come entrare in un giardino nel cuore della notte, quando i suoi abitanti non ci sono, e se ne avvertono in modo diverso e più intenso la vita e i profumi.

Nel tatuaggio c'è qualcosa di questo e forse di più: c'è l'idea che si possa fare del proprio stesso corpo, di ciò che è più nostro, un *Ding*, qualcosa di insieme proprio ed estraneo. Scrivere di noi su una parte del nostro corpo significa intenderlo anche come una superficie neutra che rende testimonianza di noi stessi. Significa in fondo costruire su di noi una narrazione mitologica del nostro io. *Soi-même comme un autre*, per parafrasare, con lieve e reverente ironia, un titolo di Paul Ricoeur (1990).

2. La nudità tra il classico e il tattoo

La storia della filosofia ha pochi riferimenti al tatuaggio. È comunque certo che, quantomeno per opposizione, essa prende le distanze dalla tradizione classica e classicistica, laddove il riferimento alla statuarìa, al nudo classico, rappresenta, soprattutto nella tradizione tedesca, un riferimento alla democrazia. La cosa è stata dimostrata da Horst Bredekamp (2019) in relazione al centro di Berlino e alla serie monumentale di *Unter den Linden*.

È una vicenda che trova nella concezione e nell'evoluzione dell'idea di classico in Germania un suo capitolo fondamentale. A svolgere il ruolo di *core* di tutto questo gioco è un modello paradigmatico, quello del gruppo del Laocoonte, e il relativo primo commento–descrizione di Winckelmann, quello del 1755, affidato, com'è ben noto, a *I pensieri sull'imitazione dell'arte antica*:

La generale e principale caratteristica dei capolavori greci è una nobile semplicità e una quieta grandezza, sia nella posizione che nell'espressione. Come la profondità del mare che resta immobile per quanto agitata ne sia la superficie, l'espressione delle figure greche, per quanto agitate da passioni, mostra sempre un'anima grande e posata. Quest'anima nonostante le atroci sofferenze, si palesa nel volto del Laocoonte, e non nel volto solo (Winckelmann 2008, p. 30).

Anche il restauro sbagliato da parte di Bernini favorisce l'opzione di un'interpretazione idealizzante. Il braccio spostato all'indietro invece che davanti al petto, com'è nel restauro attuale, lascia aperto il varco all'idea che abbiamo a che fare con il prender forma di quell'ideale di “nobile semplicità e quieta grandezza” evocato da Winckelmann. Un modello figurativo è anche, insieme, un paradigma morale. Soltanto su queste basi esso può divenire davvero un modello dotato di un significato universale e non semplicemente estetico–formale. È così che il classico può incarnare per una lunga stagione della cultura tedesca l'ideale della *Bildung*, di una cultura che è anche un modello di formazione pedagogica per le nuove classi dirigenti (Vercellone 1988). Esso è come un conio che si imprime sui discenti, fornendo loro una

forma che nell'individuo si sostanzializza. Il suo profilo ideale e reale è naturalmente puro e, certo, non può ammettere segni aggiuntivi come il tatuaggio.

Il classico diviene, su queste basi, un modello pedagogico, e così sarà attraverso un lunghissimo itinerario che giunge purtroppo, e sia pure tra mille fraintendimenti, falsificazioni e corruzioni del significato originario sino all'apologetica nazionalsocialista. Qui si rinnova, nel segno del Reich tedesco, l'imeneo tra Grecia e Germania, pervertendo l'ideale dell'*Humanitas* in quella di un'umanità guerriera e molto più greca che tedesca, il cui modello è però quello del *bodybuilder* contemporaneo, che assume atteggiamenti, quantomeno nei corpi maschili, decisamente guerrieri e aggressivi, mentre quelli femminili sono sostanzialmente anodini e ripetitivi. La cosa è accentuata poi dal fatto che tutto questo genere di scultura è dotato di una scarsa capacità narrativa, e dunque il gesto e l'atteggiamento diventano preminenti e preponderanti (Wolbert 2018). Ma su questo si tornerà a breve. È l'idea di un'*Humanitas* universale quella che viene a formarsi con il congiungersi di questo ideale figurativo con quello di *Bildung*. Il greco può divenire il moderno, poiché il modello estetico, meglio: estetico-morale, è universale, e illustra il paradigma di un'*Humanitas* senza tempo, ma al tempo stesso dotata di un'origine storica che può di volta in volta attualizzarsi. È evidente che il nudo svolge in questo quadro un ruolo fondamentale, poiché esso rappresenta l'ideale fattosi carne e marmo. Fu Hegel (1997) nelle pagine delle sue *Lezioni di Estetica* a ravvisare nella statuaria antica un momento fondamentale in cui il contenuto spirituale si diffonde nella forma sensibile senza soluzione di continuità, dando luogo così a un modello ideale e reale al tempo stesso. Trattandosi di un ideale, esso non può ovviamente essere alterato da alcun segno che lo singolarizzi, lo riporti a una dimensione personale o, peggio ancora, idiosincratice. La continuità, indiretta, con la plastica nazionalsocialista appare qui sufficientemente evidente in quanto l'idealizzazione del modello si accompagna al rifiuto di ciò che è impuro o estraneo. In realtà il paradosso massimo è che poi l'estraneo viene in realtà inserito sul corpo dell'atleta o del guerriero, laddove, per esempio in modo molto evidente nella statua *Bereitschaft* di Arno Breker (che avrebbe dovuto costituire il culmine del monumento a Mussolini, il cui modello venne presentato nel

1938 a Galeazzo Ciano e che restò poi interrotto), il corpo di ispirazione classica è del tutto distorto dall'atteggiamento e dalla muscolatura del combattente, nonché dal volto molto tedesco e aggressivo e ben poco greco e olimpico che sormonta il corpo, che ha deviato dall'ispirazione universale insito nell'idea di classicità.

Il nudo classico quale latore della *Humanitätsidee* (cfr. Rehm 1952), dell'idea o dell'ideale di un umanesimo cosmopolita di ispirazione classicistica, realizza comunque la propria vocazione paradossalmente insieme intemporale e rivoluzionaria. Il modello, unico e irripetibile nelle sue fattezze, è anche quello che fonda la sua universalità proprio sul fatto di non portare vesti, e così, quantomeno apparentemente, di non essere gravato dalla cultura. La sua idealità dipende dall'essere il modello e la sintesi della specie, estraneo al suo decadimento, alla sua successiva frantumazione. Non a caso tutte le autorappresentazioni dei movimenti rivoluzionari dalla rivoluzione francese sino al *Quarto stato* di Pellizza da Volpedo celano dietro di sé un'idealizzazione classica o classicistica, a significare che il movimento eversivo non destabilizza ma riafferma i principi dell'umanità stessa (cfr. Lamberti 1982). La potenza narrativa di questi contenuti simbolici è così evidente a tutti se non altro in quanto stabilizza e neutralizza il terrore nei confronti del cambiamento rivoluzionario, avvalorandone il significato universale e dunque non eversivo. Sono dunque simboli ad alto tasso narrativo, come testimonia di nuovo la vicenda del centro storico di Berlino (Bredekamp 2019).

Abbiamo a che fare con l'idea e l'ideale di un'alleanza trans- e intemporale tra Grecia e Germania che collassa, nel suo decadere, con il nazionalsocialismo. Sono quasi due secoli nella vicenda di un grande ideale estetico che sorge con *I pensieri sull'imitazione dell'arte antica* di Winckelmann a franare rovinosamente qui, dove diviene evidente che ogni portata narrativa dell'ideale estetico classicistico è venuta meno. Il classico non costituisce più un repertorio di forme e di vicende esemplari. La ripresa nazionalsocialista del classicismo testimonia proprio di questo crollo che, nell'intento di proseguire e realizzare una tradizione quasi bicentenaria, mostra invece che essa ha perduto ogni portata simbolica. La narrazione mitologica diviene una vuota e prepotente dichiarazione di superiorità; le pose e le movenze classiche, che avrebbero

dovuto evocare la religione dell'umano, divengono arbitrariamente atteggiamenti ostili e guerrieri, deturpando la classicità ideale. Il nudo rinuncia all'agile armonia greca per soddisfare le esigenze aggressive della politica di regime, e assume fattezze un po' grossolane che lasciano dietro di sé l'elastica armonia del discobolo di Mirone.

Per un ampio arco che va dalla *Klassik* tedesca alle sue perverse involuzioni nel nazionalsocialismo abbiamo a che fare con individui di principio universali proprio perché (apparentemente) svuotati di ogni contenuto storico-culturale. Essi divengono i modelli di un'idea di umanità che accampa i suoi diritti universali nel tempo e nella storia. Il nudo classico diviene così lo specchio dell'umano, il luogo del suo autoriconoscimento (cfr. Melchior-Bonnet 2002). Se vogliamo utilizzare, quale sineddoche di questi contenuti, l'idea di classico, ebbene possiamo ben dire che "l'età del tatuaggio" è l'età nella quale tutto questo è andato in crisi. È il mondo nel quale non c'è più universalità, ma neppure verità in quanto evento universale, bensì solo autenticità, vale a dire un reiterato proporsi dell'Io quale istanza "autentica" e dunque "vera". La nostra, quella che con un'iperbole chiamiamo l'*età del tatuaggio*, è dunque l'età nella quale si stabilisce l'equivoco fondamentale, quello dello scambio tra verità e autenticità. L'impersonalità del vero, che vale per tutti e per ognuno, si permuta nella configurazione, personale per antonomasia, dell'autentico. La peculiare verità di ciò che è autentico coincide con il fatto che qualcuno o qualcosa sia davvero sé stesso. Difficile dire cosa questo voglia dire, se non in negativo. Vuole dire sicuramente essere noi stessi in modo inconfutabile, senza compromessi o mediazioni di sorta. È il mistero delle tautologie: talora sono straordinariamente ricche di senso. È qualcosa di analogo all'Io=Io del Fichte della *Dottrina della Scienza* del 1794, o all'idea darwiniana che vince il più adatto. E chi altri, se no? Altrimenti chi avrebbe potuto vincere?⁽¹⁾

E la cosa ha conseguenze pesanti, a prima vista impensabili. Non tutte evidenti. Tutto questo coincide con la fine del nudo in quanto mistero e rivelazione, con la fine della sua potenza narrativa ed evocativa. Naturalmente la tradizione del nudo non va a senso unico. Non tutti i nudi derivano dalla tradizione classica o classicistica: è inutile

(1) Mi sia consentito qui di riprendere un'indicazione orale del Prof. Angelo Vianello.

ricordare che il nudo ebraico e quello islamico non hanno lo stesso significato. Un versetto del Talmud afferma addirittura che “la voce della donna è nudità” (Horvilleur 2013, pp. 8–9). “Nudo”, dunque, si può dire in molti modi, e le sue emozioni sono quindi equivocate e molteplici. Sono molte le narrazioni della nudità, così come il discorso del pudore può rivolgersi sia in direzione del sesso femminile sia in quello del sesso maschile. Torna qui a modello, un’altra volta, la narrazione biblica, e la maledizione di Noè nei confronti di Cam che lo vede giacere nudo, e avvisa i suoi fratelli Sem e Iafet (Gen, 9:18–28) che si avvicinano al padre camminando a ritroso con un mantello sulle spalle e lo coprono senza scorgerlo nella sua nudità. Noè, tornato in sé, maledice Cam e ne fa lo schiavo degli altri due fratelli che vengono invece innalzati dal padre. È lo sguardo verso l’origine quello che, in questo caso, viene sanzionato (cfr. Mondzain 2021). Prescindendo per ora da queste pur fondamentali variazioni, il nudo classico resta l’ideale probabilmente più potente e al contempo quello che sembra definitivamente tramontato ai nostri giorni. La costante presenza di corpi variamente segnati e tatuati mette in questione proprio l’idea della purezza formale e dunque dell’uguaglianza ideale fondata sulla simmetria di tutti i soggetti dotati di uno stesso organismo (per quanto variato). L’universo classico è così definitivamente tramontato, e in contemporanea si annuncia anche la fine dell’umanesimo classicistico. Potrebbe tuttavia essere la fine non solo di questo umanesimo, bensì di ogni umanesimo. La parabola del classico e il significato del nudo vanno così incontro a un loro contemporaneo tramonto denunciando anche la perdita del potenziale mitopoietico che li ha sostenuti nei secoli. Si tratta di una sorta di crisi, anche figurativa, degli ideali illuministici che nel classico hanno un riverbero.

Non ci sono dubbi circa il fatto che il nazionalsocialismo possa costituire, proprio per le sue qualità mitopoietiche decisamente scadenti, un incidente non secondario su questa via, e addirittura la sua tappa finale. I movimenti appena accennati delle statue dell’“arte tedesca” fanno pensare a pensieri non risolti e avviati senza una direzione. Il nazismo sconta, in modo quasi ingenuo — prescindendo solo per un attimo dagli orrori e dai misfatti, che tuttavia non sono poi molto estranei a queste argomentazioni — nella sua immensa arroganza, la difficoltà

di creare una mitologia dei moderni. Tant'è vero che essa, per affermarsi, deve infine sopraffare tutti coloro che non condividono la sua narrazione e magari la irridono persino, poiché è un racconto troppo povero e insulso. Non a caso *Il mito del XX secolo* di Alfred Rosenberg (1930), forse il massimo teorico nazionalsocialista, responsabile del famigerato “Ufficio per la difesa della razza”, testimonia — anche grazie alla sua dimensione debordante e alla sostanziale illeggibilità — di una scarsa capacità narrativa del nuovo mito, nel quale fundamentalmente nessuno può o vuole davvero riconoscersi. Alla fine abbiamo a che fare con un mito “illegittimo”, che non funziona come archetipo e fondamento. Questo fa fallire le pretese della nuova narrazione mitologica di creare comunità intorno a sé, così che la nuova mitologia finisce per declinare sul terreno di una violenza puramente auto-affermativa e, con ciò, naturalmente, distruttiva e autodistruttiva. Prescindendo dal declino tragico del nazionalsocialismo, abbiamo a che fare più in generale con una crisi della capacità di descrivere e appropriarsi dei discorsi legittimanti (non solo di quelli mitologici in senso stretto), che non sono più in grado di aggregare “naturalmente” intorno a sé un mondo comunitario, e che dunque sono costretti ad agire in modo coercitivo e violento. Siamo, a ben vedere, dinanzi al dramma della nietzscheana volontà di potenza, la quale sperimenta l'impossibilità di dare forma al divenire, di trovare in esso un alveo naturale nel quale la sua forma possa essere accolta. È un tempo che, di suo, non conosce regolarità alcuna, se non su distanze che sono troppo lunghe perché gli uomini siano in grado di percepirla. Scrive Nietzsche:

E sapete che cosa è per me “il mondo”? Devo mostrarvelo nel mio specchio? Questo mondo è un mostro di forza, senza principio, senza fine, una quantità di energia fissa e bronzea, che non diventa né più grande né più piccola, che non si consuma, ma solo si trasforma, che nella sua totalità è una grandezza invariabile, un'economia senza profitti né perdite, ma anche senza un incremento, senza entrate, circondata dal “nulla” come dal suo limite; non svanisce né si sperpera, non è infinitamente esteso, ma inserito come un'energia determinata in uno spazio determinato, e non più in uno spazio che in qualche punto sia “vuoto”, ma che è dappertutto pieno di forze, un gioco di

forze che qui si accumulano e là diminuiscono, un mare di forze che fluiscono e si agitano in se stesse, in eterna trasformazione, che scorrono in eterno a ritroso, un mondo che ritorna in anni incalcolabili, il perpetuo fluttuare delle sue forme, in evoluzione dalle più semplici alle più complesse; un mondo che da ciò che è più calmo, rigido, freddo, trapassa in ciò che è più ardente, selvaggio contraddittorio, e poi dall'abbondanza torna di nuovo alla semplicità, dal gioco delle contraddizioni torna al gusto dell'armonia e afferma se stesso anche nell'uguaglianza delle sue vie e dei suoi anni, e benedice se stesso come ciò che deve eternamente tornare, come un divenire che non conosce né sazietà, né disgusto, né stanchezza. Questo mio mondo *dionisiaco* che si crea eternamente, che distrugge eternamente sé stesso, questo mondo misterioso di voluttà ancipiti, questo mio “al di là del bene e del male”, senza scopo, a meno che non si trovi uno scopo nella felicità del ciclo senza volontà, a meno che un anello non dimostri buona volontà verso di sé verso di sé — per questo mondo volete un *nome*? Una *soluzione* per tutti i suoi enigmi? E una *luce* anche per voi, i più nascosti, i più forti, i più impavidi, o uomini della mezzanotte? *Questo mondo è la volontà di potenza — e nient'altro!* E anche voi siete questa volontà di potenza — e nient'altro (Nietzsche, 1964 ss.: vol. VII, III, 7, 38, 12 giugno–luglio 1885, 292-293).

È un dramma davvero epocale, quello che di norma si usa definire con il termine “nichilismo” (mi sia permesso di rinviare a Vercellone 1992), per il quale la forza non riesce più a estendersi nella forma e si ripiega su sé stessa. Invece che raccogliere l'energia e mettere capo a una forma, la volontà spezza il proprio movimento e dà così luogo a un andamento entropico, in direzione della perdita energetica e, infine, dell'autodissoluzione. Dobbiamo ritenere dunque che l'estensione della forma contempli o equivalga a un'estensione narrativa. Forma e narrazione intersecano dunque le loro reciproche funzioni. Il discorso riguarda in questo caso innanzi tutto la forma politica, che incrocia su questa via la definizione e le prerogative della forma artistica, secondo un'estensione semantica di quest'ultima che concerne infine ogni tipo di forma. La nozione di forma non è mai priva di un significato estetico (Vercellone 2022; Vercellone e Tedesco 2020); ciò è ben evidente

nel fatto che è la forma artistica a rendersi interprete di una sorta di immensa “crisi generazionale” — avviata dalla prima stagione del romanticismo tedesco —, per la quale si diviene consapevoli della necessità della forma di incrociare il tempo, laddove quest’ultimo ha subito modernamente una tale accelerazione da sfiorare l’irraggiungibile e l’ineffabile (Vercellone 1998).

Su questa via perveniamo a un punto critico davvero cruciale. Diviene impraticabile un modello di generazione simbolica che mima quello della creazione, che vada cioè dall’alto verso il basso, *top-down*. Non abbiamo più a che fare con un *artifex* universale che presiede alla generazione di tutti i simboli terreni, tra cui quelli politici e quelli estetici. Se ciò è vero, significa che tra il tattoo e il franare delle forme politiche tradizionali, il decadere delle democrazie nei populismi, c’è una continuità e una contiguità segrete. La revoca della delega nell’ambito della rappresentanza politica diviene un fenomeno parallelo e connesso all’esigenza di dare corpo dal basso al simbolico. E questo incrocia naturalmente anche i principi dell’estetica. È solo su di una premessa di questa natura che, per esempio, l’arte dei folli può ricevere un’attenzione non solo clinica ma anche artistica, come testimonia quel grande capolavoro che è la *Bildneri der Geisteskranken* di Hans Prinzhorn (2016). Essenziale nella considerazione di Prinzhorn è che esiste un impulso o una pulsione formativa originaria, tale per cui è impossibile definire a priori o, meglio, dirimere in modo perentorio l’arte dalla non arte.

3. Si ricomincia dal basso!

È come se ci trovassimo dinanzi alla necessità di riavviare dal basso un iter di generazione del simbolico che è venuto a capo in modo drammatico del suo cammino e ha dovuto concluderlo senza poter più contare su di un archetipo trascendentale — o semplicemente trascendente — dei significati. Per non crearci inutili confusioni potremmo definirlo — come già si è fatto sopra — un iter non più *top-down* bensì *bottom-up*. È sul crinale di questa crisi che si delinea l’idea, un po’ paradossale, di *età del tattoo*, da intendersi naturalmente come una sineddoche,

laddove il tattoo è, *pars pro toto*, il testimone sensibile di una trasformazione più generale, che prospetta e produce un'altra direzione nella generazione dei mondi simbolici. L'"età del tattoo" significa che si ritorna a ragionare dalle "cose stesse", dai *Dinge*, a riprendere la lezione di Horst Bredekamp e Wolfgang Schäffner (2020). Questo comporta una modificazione antropologica radicale per quell'essere variamente denominato (*animal rationale, animal symbolicus*) che è l'uomo.

Ciò significa, in breve, che ci troviamo dinanzi a una mutazione antropologica essenziale. In altri termini l'essere umano, abituato a ragionare sulla base della prospettiva che gli consente di calcolare, dunque della distanza, è costretto ad abbassare lo sguardo allontanandolo dall'orizzonte. Vive a disagio nell'immensità del mondo globale, dove non riesce più a individuare un punto di fuga; forse sta diventando incline ad abitare spazi più piccoli e domestici. Non è davvero più *Il viandante nel mare di nebbie* di Caspar David Friedrich che guarda a sé stesso attraverso il filtro dello spazio immenso (Givone 2018). Ora i simboli, un tempo lontani e remoti, un tempo sprofondata nell'immensità celeste, devono avvicinarsi a noi sino ad abitare la pelle per non dissolversi e per manifestare ancora una volta che la loro potenza e il loro significato devono incarnarsi. E questo mette a giorno per altro verso un'inclinazione all'*embodiment* che è di tutto il nostro tempo. E non riguarda semplicemente il tatuaggio: come non accorgersi che sempre più si dice di noi attraverso magliette, gadget, attraverso ciò di cui ci si veste e ciò che si beve e si mangia?

L'universo tardo-moderno dei non-luoghi contiene entro di sé un richiamo evocativo a radici e localizzazioni così intenso e profondo da richiedere per lo più persino l'*embodiment*. Scarsamente situati nel tempo e nello spazio, si tende a rimettere in gioco l'immaginario simbolico inventandosi o evocando *loca et exempla* storici o atavici, in ogni caso connessi a una memoria locale. Proprio questo repertorio eteroclitico di un passato recente o mediamente lontano (non troppo) diviene un laboratorio per la creazione o l'invenzione delle radici, la base per ritrovare il nostro sé più vero. Questo fa sì che, per non perdersi, ci si voglia sempre schietti e autentici. Il che non vuole dire veri, anche se la sequenza di aggettivi sembrerebbe esprimere (quasi) la stessa cosa.

Quello che potrebbe definirsi l'*embodiment* simbolico è dunque un'esigenza che nasce oggi in un contesto culturale che va a vantaggio di un motivo atavico come quello del tatuaggio. Il tatuaggio è, in breve, un momento e un'invariante atavica — non certo l'unico — della cultura pop o, per meglio dire, di quella diffusa. Non c'è momento della storia in cui il tatuaggio sia assente. Esso attraversa, fatte salve tutte le singole specificazioni culturali, le epoche e i limiti geografici. E, naturalmente, non ha un significato unico o univoco. E pure esiste da sempre, come testimonia l'uomo di Oti, per il quale ha un significato terapeutico e previene dai disturbi dell'artrosi.

Che il corpo nudo e levigato possa costituire un paradigma e un modello di bellezza costituisce una sorta di unicum quasi parentetico dell'umanità europea, al contrario per esempio che nell'antico Egitto o nel mondo arabo, dove (come ci ricorda Darwin) è impossibile concepire la bellezza femminile senza tatuaggi. Abbiamo dunque a che fare con una vicenda del corpo segnato che attraversa la storia quasi relativizzando quella parentesi che è rappresentata dal mondo occidentale e bianco, che prevede una bellezza senza tatuaggio o segni sul corpo.

4. C'è una filosofia del tatuaggio?

Cosa dice la filosofia a questo proposito? In realtà ben poco. Sul tatuaggio si esprime molto sinteticamente Kant nel paragrafo 17 della *Critica del Giudizio*. E la sua posizione è quanto mai negativa, proprio in una chiave che sembra o potrebbe rinviare positivamente agli ideali classicistici. Riferendosi al tatuaggio dei Neozelandesi, Kant scrive che esso è in contrasto con il concetto di umanità, stride con l'idealità dell'umano. Nell'ambito della "bellezza aderente", di quella che contempla una certa funzionalità (come nel caso di edifici o animali o dell'uomo stesso), non può mancare, secondo Kant, un certo legame tra quello che l'oggetto è e ciò che esso dovrebbe essere, e questo vale, paradossalmente (aggiungiamo noi), sia per una chiesa sia per il tatuaggio dei Neozelandesi, che sembrerebbe dunque essere intrinseco al loro essere. Kant (2018, p. 60) osserva a questo proposito: «Si potrebbe adornare un edificio con molte cose piacevoli immediatamente

all'intuizione, se esso non dovesse essere una chiesa; si potrebbe abbellire una figura umana con ogni sorta di disegni e tratti di forme spigliate e regolari, come fanno i neozelandesi con il loro tatuaggio, se non si trattasse di un uomo».

È invece Hegel ad affermare il significato di ogni modificazione della natura interna e di quella esterna da parte dell'uomo, ivi comprese quelle più crudeli come i piedi fasciati delle donne cinesi o le labbra dilatate da anelli di alcune tribù africane: esse rappresentano comunque una testimonianza dell'operare dello spirituale, di quella libertà che si esprime nell'uomo e nell'uomo soltanto negando la natura. L'uomo — scrive Hegel nelle *Lezioni di Estetica* (1997, p. 40) — diviene “per sé” attraverso l'attività teoretica, grazie alla quale in quanto spirito si raddoppia, e attraverso l'attività pratica, grazie alla quale riconosce sé stesso in ciò che gli è più estraneo:

E l'uomo si comporta in questo modo non soltanto con le cose esterne, ma anche con sé stesso, con la propria figura naturale che egli non lascia come trova, ma cambia intenzionalmente. Questa è la causa di tutte le acconciature e gli ornamenti, siano pur essi così barbari, privi di gusto, completamente deformanti o addirittura perniciosi, come i piedi infasciati delle donne della Cina o gli spacchi nelle orecchie e nelle labbra (*ibidem*).

In questo passo in cui l'arte viene considerata dal punto di vista della modificazione del corpo proprio, sembra aprirsi uno spiraglio in direzione di una concezione positiva del tatuaggio in ambito filosofico. Hegelianamente il tatuaggio, anche nelle sue deformità, dovrebbe pur sempre testimoniare la volontà di piegare la natura, in questo caso quella interna all'uomo, a una finalità superiore e non semplicemente naturale, eteronoma dunque. Anche il tatuaggio rende conto della vocazione spirituale insita nell'animo umano, tramite la quale l'uomo stesso si solleva in direzione della significazione e dunque della interiorizzazione di un in sé estraneo che viene ricondotto al per sé umano. In questo modo la filosofia dell'arte hegeliana non intraprende, quantomeno strutturalmente o concettualmente, la via verso la bellezza. La bellezza, quella della “bella arte” che Hegel mette al centro della sua considerazione sin dall'*incipit* delle *Lezioni di estetica*, non è, a ben vedere, il

canone effettivo della filosofia dell'arte hegeliana (D'Angelo 1989). Su questa base è dato ipotizzare e concepire una relazione positiva tra tatuaggio e filosofia, se si vuole una "filosofia del tatuaggio", che, intendendolo positivamente, come una modificazione anche mostruosa del corpo, testimonia tuttavia della libertà umana. Quest'ultima rende pur sempre conto nel suo esercizio — sia buono che malvagio — dell'immensa superiorità dell'uomo nei confronti della natura. Si ammette inoltre, su questa base, che il tatuaggio — non essendo un equivalente della bellezza — possa tuttavia definirsi un'arte.

Come vedremo questo è per un verso il problema principale e, al tempo stesso, l'ultimo dei problemi. In ogni caso l'interrogativo se il tatuaggio sia o meno arte va circostanziato in un più ampio contesto. È di primo acchito evidente che si rischia di cadere in un corto circuito, poiché per sapere se il tatuaggio è arte, dobbiamo preventivamente disporre di una definizione precisa di ciò che è arte e di ciò che non lo è. Forse la soluzione, come spesso accade o deve accadere, sta nel mezzo. Dovremmo cioè riconoscere che sussiste qualcosa di più universale dell'ideale classico, e questo è — giusta l'indicazione di Prinzhorn (2016) — un originario principio formativo che precede ogni attività poetica. È proprio di qui che dobbiamo partire, dall'idea che segnare ed essere segnato è una pulsione fondamentale che antecede ogni altra. Alterando leggermente e ampliando minimamente il discorso di Prinzhorn, potremmo dire che l'uomo, segnando il mondo e sé stesso, entra a contatto in modo continuo e indisciungibile con l'uno e con l'altro. In breve, si produce un auto-riconoscimento.

Il principio è il racconto, il mito, se vogliamo, entro il quale siamo depositi e noi stessi siamo, e siamo infine ciò in cui ci riconosciamo. Sappiamo così allora che tutta la questione concerne e riguarda le modalità nelle quali i soggetti umani si auto-riconoscono nelle storie alle quali vengono assegnati per nascita, tradizione ecc. Il modo migliore e più sicuro per riuscire nell'opera è segnare da sé se stessi e il mondo, distinguerci cioè come attivi mitologizzatori. E veniamo così al tatuaggio.

È così che Kant e Hegel, richiamando l'uno il tradimento dell'ideale, l'altro la necessità intrinseca all'arte di modificare la natura in ogni suo momento, rappresentano due posizioni paradigmatiche all'interno di una (ancora inesistente) filosofia del tatuaggio. In questo quadro

potremmo chiederci — ed è a ben vedere fondamentale — se il tatuaggio possa o meno adattarsi alla filosofia della storia. In altri termini: il tatuaggio di oggi ha un significato analogo ai suoi molti passati o è troppo diverso da questi per costruire un paragone tra i diversi momenti storici? E la sua storia passata è o non è la *nostra* storia? Qui, grazie all'idea che, tatuandoci, parliamo di un noi, noto o ignoto, misterioso o troppo palese, facciamo filosofia su questo tema. Su questa base possiamo dunque pensare o immaginare che si configuri legittimamente una filosofia del tatuaggio.

Guardandoci nuovamente indietro, per avere dei punti di riferimento, abbiamo d'un lato l'universo classico che cozza con tutto quanto abbiamo detto sopra, e coincide, al contrario, con la rappresentazione del corpo nella sua purezza, cui ripugna ogni supplemento. Sull'altro versante abbiamo invece a che fare con una concezione della figura e del corpo umano cui è consustanziale un'estensione, un'aggiunta, un'oltre che consente e legittima che a rappresentazione si sommi rappresentazione, che il corpo umano divenga addirittura una superficie e un supporto sul quale si estendono altre rappresentazioni, significazioni ulteriori e così via. È la pelle stessa, in questo caso, a divenire un territorio di sedimentazioni culturali. Il corpo non è mai *lo stesso*, ma è sempre *un altro* — e con il tatuaggio la cosa diviene tematica. La pelle si differenzia in questo quadro da ogni altro supporto dell'azione umana: essa non è, per esempio, una protesi e neppure uno strumento.

5. La nudità impossibile

Abbiamo a che fare oggi con una trasformazione radicale dell'idea di corpo, che, in fondo, non è mai o quasi — quantomeno simbolicamente — nudo. È lo stesso corpo umano che grazie al tatuaggio diviene una superficie disponibile ad accogliere in sé un'altra rappresentazione, i cui lineamenti non si propongono più nella loro intangibile, ideale, antica autonomia. Il corpo, in questo senso, non è mai un luogo ultimo ma sempre uno spazio ulteriore. È proprio su questo piano che si propone la questione della legittimità artistica del tatuaggio. Per ammetterla dobbiamo accettare che il corpo umano rinunci alla propria autonomia

e si renda supporto di altre rappresentazioni che lo ricoprono e focalizzano l'attenzione su altri temi che non sono questo corpo stesso. Lo rendono secondario. Il corpo, in questo contesto, non rappresenta più un microcosmo che deve inserirsi in un macrocosmo più vasto, non rappresenta più il fuoco dello sguardo, che viene deviato su ciò che esso reca su di sé, su rappresentazioni secondarie e in fondo parassite.

Se si accoglie questa seconda ipotesi dobbiamo ammettere — come fa di nuovo Prinzhorn (2016) — che è errato chiedersi se il tatuaggio sia arte o meno. Dobbiamo piuttosto muovere da una codificazione antropologica del problema, da un'originaria pulsione espressiva dell'uomo che si affianca alle altre già note. Questo ci consentirebbe di avere nel tatuaggio un ottimo alleato per una critica più approfondita della coscienza estetica. Si tratterebbe di una critica che andrebbe ben oltre quella pur fondamentale proposta da Gadamer (1990). Non è semplicemente l'integrazione necessaria arte-vita a essere così richiamata (attraverso il magistrale insegnamento gadameriano in *Verità e metodo*, cui ha dato un importante seguito Bertram 2017); abbiamo anche a che fare con il riconoscimento del fatto che l'arte costituisce una delle funzioni antropologicamente essenziali dell'essere umano. Su questa base non basterebbe probabilmente più parlare di arte, bensì di una pulsione formativa originaria — analoga a quella che emerge nell'*Estetica* di Luigi Pareyson (Pareyson 2002) — che trova spazio nell'arte e che va soddisfatta come ogni altra pulsione, pena la messa in questione della stessa salute dell'essere umano. È evidente che una considerazione di questo genere avrebbe un significato e un'estensione che vanno ben al di là della sfera estetica per estendersi a quella politica, comportando il riconoscimento del carattere essenziale dell'arte per la vita stessa della specie umana e dunque per la concezione e lo sviluppo dello spazio pubblico. Per accennare velocemente alle conseguenze di una posizione di questa natura, l'arte esce completamente dalla sfera della coscienza estetica, dell'apparenza ineffettuale, per divenire qualcosa di assolutamente centrale per la salute e la vita dell'uomo, di tanto necessario quanto lo sono scuole e ospedali. L'arte — lo si sapeva in fondo da sempre, ma lo si dice poco anche per motivi di opportunismo politico ed economico — appartiene a una sfera essenziale non solo del fare e della

cultura ma anche del corpo umano, tanto che a comprimerne il significato si giunge in prossimità di una mortificazione nella quale gli elementi cosiddetti spirituali sono indisciungibili da quelli propriamente corporei.

Con ragione Prinzhorn (2016) rivendica una sorta di dimensione ornamentale che costituisce lo sfondo e il termine *a quo* di ogni considerazione che ci consenta di inquadrare il tatuaggio. *Ornamento è delitto* (per riprendere e stravolgere il titolo del famosissimo saggio di Alfred Loos) significa che l'ornamento è natura prima che arte, un simbolo che emerge da un'umanità votata a esso, che potrebbe essere anche poco controllabile, e potenzialmente espandersi secondo direzioni autonome e inedite. Prinzhorn descrive tutto questo riferendosi a una dimensione organica, descrivendo uno sviluppo dell'ornamento che muove dal centro verso la periferia. Esso organizza in modo quasi autonomo lo spazio intorno a sé proprio come avviene con un movimento di crescita naturale. Potremmo dunque ipotizzare innanzi tutto che il tatuaggio costituisca un movimento di crescita naturale o semi-naturale entro una dimensione sostanzialmente ornamentale passibile di un'estensione e di una proliferazione non prevedibile a priori. Se volessimo introdurre e proporre una prima ipotesi, avremmo qui a che fare con una sorta di sistema autopoietico che cresce su se stesso a partire da una cellula organica fondamentale. Abbiamo dunque a che fare con una struttura che, anche quando è mimetica, non dipende dalla corrispondenza della rappresentazione con l'oggetto, e questo la rende — aggiungiamo noi — ornamentale sino in fondo, non solo astratta ma anche fondata su se stessa (Prinzhorn 2016, p. 39).

Si tratta dunque di un divenire a suo modo ritmico — sottolinea Prinzhorn — che propone in realtà, sotto vesti e forme nuove, una vecchia questione suscitata dalla prima generazione romantica, quella dell'arte della natura, che antecede quella umana. È indubbio dunque, in questo contesto, che la questione di una filosofia del tatuaggio impone la domanda intorno a chi iscrive il tatuaggio. Di chi è quella scrittura che si fa tattoo? Se immaginiamo che il tattoo — cosa che ha una sua legittimità — non abbia una struttura rappresentativa ma ornamentale, ecco che esso somiglia sempre più a una struttura auto-generativa. Ciò significa che abbiamo a che fare, come sopra

si accennava, con una struttura autopoietica che cresce su sé stessa secondo leggi proprie. Esso esclude così il primato dell'autorialità cui si accompagna quello della realtà eventuale del riferimento dell'immagine. In altri termini, anche le immagini mimetiche non lo sono più, proprio in quanto ci riferiamo a strutture autopoietiche e non a immagini che hanno un referente o una corrispondenza oggettiva. Un primo elemento che emerge da queste considerazioni è dunque il fatto che il tatuaggio non rappresenta una struttura o un linguaggio referenziale, bensì un linguaggio autoreferenziale, anche quando esso rappresenta qualcosa. Come ha ben messo in luce Barbara Grespi (2021), il tatuaggio rappresenta da questo punto di vista anche una forma di *pre-cinema*. Esso non rinvia a un contesto oggettivo: in quanto utilizza la pelle come supporto figurativo, il soggetto diviene bensì veicolo di una realtà "altra" che non è lui stesso a dominare o a veicolare. A ben vedere, molta parte della dimensione patologica denunciata da Cesare Lombroso dipende — come si diceva poco fa — dal fatto che il soggetto non ha il *drive* delle proprie rappresentazioni. Il comando è altrove. E quando il comando non è nelle mani del soggetto, ma è in mani altrui, ebbene allora siamo di fronte a un fenomeno di atavismo, di illuminismo tradito, che rinvia più o meno segretamente all'idea di un'animazione magica della natura. Riflette dunque, quantomeno, nell'ottica di un progresso dei Lumi, un atteggiamento regressivo. Molto significativamente Lombroso (2003, p. 429) afferma a questo riguardo: «E sarebbe una nuova prova dell'influenza sul tatuaggio dell'atavismo, per quanto la pazzia è malattia quasi mai congenita e ben di raro atavistica».

Non è casuale che, quando il *drive* non è nelle mani del soggetto e la relazione tra simbolo e realtà viene invertita, il soggetto degeneri e si presenti come un criminale: il tatuaggio sarebbe — secondo Lombroso — appannaggio di questo genere di figure, le quali dunque non sono *compus sui*, e sono in fondo condannate — aggiungiamo noi — non tanto perché criminali ma in quanto incapaci di assumere una vera responsabilità rispetto ai propri atti (*ibidem*). È forse proprio per questo che il tatuaggio ci rinvia, sempre secondo Lombroso, a una relazione immediata e mistica con Dio che riflette in fondo, sul piano oggettivo — che si sia credenti o no —, un atteggiamento irridente

nei confronti dell'autorità, in questo caso l'autorità delle Scritture, che dovrebbero di principio mediare la relazione con Dio. Nel tatuaggio — proseguendo analogicamente — abbiamo dunque a che fare con un'inversione della relazione "naturale" creatore-creatura, che innesta il germe della follia mettendo in questione la gerarchia sulla quale il reale si fonda. Non siamo noi a dover subire il primato della realtà, bensì siamo noi a imporle il primato delle nostre simbolizzazioni. Questo conduce il tatuaggio in prossimità di una trasgressione che rende il soggetto che la reca su di sé socialmente marginale e *out of the rules*. Ma c'è di più. Su questa via la superficie cutanea di questo stesso soggetto si rende permeabile a sogni estremi che sono saldamente in mano al soggetto che li porta su di sé e che, in fondo, è anche il loro creatore. Nessuno, a ben vedere, può accogliere sulla sua pelle tatuaggi che non coincidano con ciò che egli sente di essere (il che non vuol dire che si tratti della sua "vera" identità). L'identità del tatuaggio deve essere assolutamente *autentica*, un'identità innanzi tutto *non* derivata da provenienza ma scelta e vagliata dal soggetto che la fa sua. Quando invece il tatuaggio viene imposto, abbiamo a che fare con la più barbara delle umiliazioni, come testimonia l'esperienza tragica dei campi di concentramento nazisti.

La pelle è così potenzialmente il supporto di un'estensione indefinita, se non infinita, dell'immaginario. E il tatuaggio realizza l'antico sogno di realizzare *sé stessi come un altro*. Questo immaginario, proprio in quanto è incarnato, dice senza possibilità di appello chi siamo ma anche come vorremmo essere, qual è la storia che ci attribuiamo (indipendentemente dal fatto di averla davvero vissuta). Il nostro modo di essere veri diviene quello per cui siamo autentici, assolutamente e, magari, anche barbaramente o rozamente, *noi stessi e null'altro* a dispetto di ogni mediazione sociale.

Ma la verità non è proprio l'opposto, il principio trascendente, universale e inconcusso, mai del tutto mio, sul quale si fonda ogni mediazione sociale? Da questo punto di vista il tatuaggio ci aiuta a focalizzare anche altre pratiche e fenomeni sociali sino a ora considerati di scarso rilievo estetico, ma probabilmente fondamentali in un discorso impostato alla luce di quanto si è detto prima. Sono pratiche desuete come il rammendo e attività della cute come la cicatrice.

6. Apologia del rammendo e della cicatrice

In entrambi i casi, quello del rammendo e quello della cicatrice, abbiamo a che fare con pratiche desuete, superate dal rapido ricambio degli indumenti e dalla chirurgia plastica e dall'eterno scambio dell'antico con il nuovo, laddove quest'ultimo null'altro è che una ripetizione e rielaborazione dell'antico, come già affermava, ben prima dell'avvento della chirurgia plastica, uno dei massimi rappresentanti della prima stagione romantica tedesca, Friedrich Schlegel, nel suo saggio su *Lo studio della poesia greca* (2008). Con il rammendo e con la cicatrice, momenti diversi della vita organica, abbiamo a che fare con una rigenerazione del tessuto originario analogo a quello che si affaccia nel tatuaggio: è sempre qualcosa di simile all'origine a imprimersi nel contesto nuovo, come per dire che il vecchio è nuovo, e il nuovo è, in fondo, lo stesso di sempre ma — per così dire — rimesso in ordine. In entrambi i casi diviene impossibile o quasi decidere se il tessuto nuovo sia l'antico, in quanto quest'ultimo non sostituisce il precedente ma si integra con esso. In breve, non abbiamo mai a che fare con un tessuto autentico. La cosa può anche essere intenzionale, come avviene per esempio in certe strade di Dresda, dove è impossibile dire cosa sia esito della ricostruzione e cosa originario. In questo caso è il tessuto urbano che assume un aspetto cicatriziale, ripara le offese di un passato ambiguo e ambivalente, della cui violenza si è comunque anche responsabili. Una nuova vita si è aggiunta alla prima senza pretendere di essere un'altra identità, continuando bensì il suo percorso sulla precedente. In questo caso la vita non mette capo a un'egoità, ma si rinnova attraverso nuove aggregazioni sfumate e commiste; non fonda un ego autonomo e indipendente, ma un corpo che ha subito un processo di eterogenesi, recando sul proprio scheletro una pelle insieme nuova e antica. Difficile dire se il tatuaggio possa essere del tutto assimilato a queste altre esperienze poiché esso esalta spesso, con i suoi simboli, l'identità peculiare e unica, inconfondibile, di colui che lo ha iscritto sulla pelle, ne è addirittura il testimone, dice o vorrebbe dirne la verità, e ne garantisce l'autenticità.

7. Il vero non è l'autentico

Qui veniamo al punto. Nel tattoo e dietro di esso si cela o si palesa una dimensione fondamentale, quella dello scambio, improprio e non dichiarato, tra verità e autenticità. Il sé dichiarato, enfatizzato attraverso simboli che si innestano sul corpo proprio, diviene la verità incarnata. Evocando a distanza e inconsapevolmente (ma ideologicamente) un meccanismo simbolico molto usuale e nei secoli riconosciuto, quello eucaristico, vorrebbe mettere in luce la verità incarnata e addirittura metabolizzata. Tuttavia alla fine lo disattende proprio nella sua dimensione funzionale, prescindendo da ogni considerazione teologica o semplicemente religiosa, poiché l'incarnazione non può sussistere senza il richiamo a Dio che costituisce l'istanza dialogica ulteriore (come testimonia l'*Eli Eli Lama Sabactani*, le ultime parole pronunciate da Gesù sulla Croce, in cui egli teme e forse esperisce l'abbandono di Dio). Con la cancellazione della comunione eucaristica, non sussiste il *rebound* trascendente che legittima la verità incarnata nel suo *frame* tradizionale. La verità, a dirla in breve, esiste solo in quanto essa non è un'istanza a disposizione delle parti e delle loro contrattazioni. Non è così per il tatuaggio, che si limita ad attestare e a rendere riconoscibile il *vero volto* del soggetto che lo reca su di sé. La superficie della verità incarnata si presenta come un tessuto vivente che ospita un'infinità di intrecci, tutti veri in ogni loro ulteriore elaborazione solo in quanto si connettono al corpo proprio. Ogni tatuaggio, quanto meno potenzialmente, può maturare sino a produrre una panoplia che si estende su tutta la superficie del corpo, come testimoniano le immagini di quell'attrice di un baraccone ottocentesco che accettò di sposare il marito solo a condizione che quest'ultimo la tatuasse integralmente (AA. VV. 2021, pp. 60–64). In questo modo il corpo diviene l'incarnazione di un'altra storia possibile, che coincide (e non) con il destino del soggetto che “veste” questa storia. Abbiamo a che fare, a ben vedere, con la nietzscheana “volontà di potenza come arte”, con un corpo che è il creatore dei propri simboli, che li iscrive su di sé, quasi un riverbero dell'io; un riverbero che sarà quel corpo stesso tuttavia, nel tempo, a stemperare, e forse addirittura a spegnere con il modificarsi e l'invecchiare della superficie che li ospita.

Riferimenti bibliografici

- AA.VV. (2021) *Tattoo*, Valencia, Fundación la Caixa.
- Benjamin W. (2014) *Parigi capitale del diciannovesimo secolo*, Torino, Einaudi.
- Bertram G. W. (2017) *L'arte come prassi umana. Un'estetica*, Milano, Raffaello Cortina.
- Bredenkamp H. (2019) *Berlino città mediterranea*, a cura di F. Vercellone, Milano, Raffaello Cortina.
- Bredenkamp H. e W. Schäffner (2020). *Material agencies*, "Zeitschrift für Kunstgeschichte", Heft 3, Jahrgang 83, 300–309.
- D'Angelo P. (1989) *Simbolo e arte in Hegel*, Roma–Bari, Laterza.
- Foucault M. (1966) *Les mots et les choses*, Paris, Gallimard.
- Gadamer H.G. (1990) *Verità e metodo*, traduzione e cura di Gianni Vattimo, Milano, Bompiani.
- Givone S. (2018) *Sull'infinito*, Bologna, il Mulino.
- Grespi B. (2021) *Embodying the Image in Motion. Tattooed Skin and Cinema Archeology*, in B. Grespi e A. Vuoli (a cura di), *Tattoo and the Moving Image*, Torino, Aracne, 33–56.
- Hegel G.W.F. (1997). *Estetica*, a cura di N. Merker e N. Vaccaro, Torino, Einaudi.
- Horvilleur D. (2013) *En tenue d'Eve: Féminin, Pudeur et Judaïsme*, Paris, Grasset.
- Kant I. (2018) *Critica del Giudizio*, traduzione di A. Gargiulo, rev. di V. Verra, Roma–Bari, Laterza.
- Lamberti, M.M. (1982) *Pellizza da Volpedo e il Quarto Stato*, in *Storia dell'arte italiana*, vol. III, 87–93.
- Lombroso C. (2003) *Delitto genio folia. Scritti scelti*, Torino, Bollati Boringhieri.
- Melchior–Bonnet S. (2002) *Storia dello specchio*, Roma, Dedalo.
- Mondzain J. M. (2011) *Il commercio degli sguardi*, Napoli, Medusa.
- Nietzsche F. (1964ss.). *Opere*, a cura di G. Colli e M. Montinari, Milano, Adelphi.
- Pareyson L. (2002) *Estetica. Teoria della formatività*, Milano, Bompiani.
- Prinzhorn H. (2016) *Bildneri des Geisteskranken. Ein Beitrag zur Psychologie und Psychopathologie der Gestaltung*, Berlin, Springer.
- Rehm W. (1952) *Griechentum und Goethezeit. Geschichte eines Glaubens*, Bern, Francke.

- Ricoeur P. (1990) *Soi-même comme un autre*, Paris, Seuil.
- Rosenberg A. (1930) *Der Mythos des 20. Jahrhunderts*, München, Hohenheichen.
- Sarti A., Citti G. e Piotrowski D. (2022) *Differential Heterogenesis. Mutant Forms, Sensitive Bodies*, Cham, Springer.
- Schlegel F. (2008) *Sullo studio della poesia greca. I Greci e i Romani. Saggi storici e critici sull'antichità classica*, Milano–Udine, Mimesis.
- Vercellone F. (1988) *Identità dell'antico. L'idea del classico nella cultura tedesca*, Torino, Rosenberg & Sellier.
- Vercellone F. (1992) *Introduzione a Il Nichilismo*, Roma–Bari, Laterza.
- Vercellone F. (1998) *Nature del tempo. Novalis e la forma poetica del Romanticismo tedesco*, Milano, Guerinig e Associati.
- Vercellone F. (2022) *L'età illegittima. Estetica e politica*, Milano, Raffaello Cortina.
- Vercellone F. e Tedesco S. (a cura di) (2020) *Glossary of Morphology*, Cham, Springer International.
- Winckelmann J.J. (2008) *Il bello nell'arte*, Torino, Einaudi.
- Wolbert K. (2018) *Scultura programmatica del terzo Reich*, Torino, Allemandi.

ATLANTE OGGI

MITO, CORPO E DATI⁽¹⁾

SILVIA BARBOTTO, Università degli Studi di Torino

ABSTRACT: *This essay deals with the analysis of Atlas, the mythological figure who held the world on his shoulder, and the atlas, the first vertebra holding the human head up, which represent an interesting case of paronymy (Eco 2012). Combining a senso-motorial and neurophysiological approach, with a semiotic and humanistic approach, we prospect a cartography of the mythical figure of Atlas, exploring both its origins and its iconographies.*

KEYWORDS: *Atlas, myth, mytho-technesis, embodiment, post-anthropocene.*

When we speak of man, we have a conception of humanity as a whole, and before applying scientific methods to the investigation of his movement we must accept this as a physical fact. But can anyone doubt today that all the millions of individuals and all the innumerable types and characters constitute an entity, a unit? Though free to think and act, we are held together, like the stars in the firmament, with ties inseparable. These ties cannot be seen, but we can feel them. I cut myself in the finger, and it pains me: this finger is a part of me. I see a friend hurt, and it hurts me, too: my friend and I are one. And now I see stricken down an enemy, a lump of matter which, of all the lumps of matter in the universe, I care least for, and it still

(1) This article is part of a project that has received funding from the European Research Council (ERC) under the European Union's Horizon 2020 research and innovation programme (grant agreement No 819649 — FACETS, PI Massimo Leone).

grieves me. Does this not prove that each of us is only part of a whole? [...] Science, too, recognizes this connectedness of separate individuals, though not quite in the same sense as it admits that the suns, planets, and moons of a constellation are one body, and there can be no doubt that it will be experimentally confirmed in times to come, when our means and methods for investigating psychological and other states and phenomena shall have been brought to great perfection. (Nikola Tesla, 1900).

1. Introduzione

Il mito sfiora e prima di essere afferrato si trasforma, si allontana e, mai del tutto, sparisce. Il mito si racconta ed è attraverso la narrazione che costruisce mondi, riconfigurando continuamente anche se stesso. Nella riflessività delle immagini rispecchiate, il rinnovamento portato dall'immersione nella contemporaneità fa del riflesso scaturito una figura sdoppiata in cui realtà e mito rappresentano due sfere a sé stanti, ma in relazione tra loro. Il linguaggio mitico è alimentato dalla realtà fenomenico-epistemica con la quale può instaurare diversi tipi di rapporti, ma va sottolineato anche il percorso retroattivo, per cui il mito torna nella realtà e la nutre, la riformula, ne interpenetra e assimila i cavilli più offuscati delineando nuove forme alla luce di un andirivieni assiduo.

È così che le due sfere creano una sovrapposizione spuria, una dimensione in cui mito e realtà pur non coincidendo completamente, forgianno una de-possessione identitaria e diventano membrana di sostanza innestata.

Si tratta, a ben vedere, di una critica alla “naturalità” della realtà. Wendy Doniger, per esempio, studia il mito proprio in relazione alla sua distribuzione e influenza nella contemporaneità: «Anche quando cerchiamo di essere naturali, solitamente imitiamo ciò che consideriamo naturale, che spesso equivale a ciò che l'arte ci ha insegnato a considerare natura» (Doniger 2005, p. 17, traduzione nostra).

In tale processo, la sua attenzione si rivolge all'imitazione rispetto all'originale, agli aspetti primordiali dei miti i quali, se eclissati/

oscurati, diventano a loro volta, imitazione dell'imitazione. L'autrice fa riferimento al *Werther effect*, fenomeno per cui la realtà raggiunge un compimento attualizzato imitando sé stessa e passando attraverso il mito che, in simile ottica, ha previamente modellato l'agentività fenomenica.

Il mito sembra dunque essere un'entità camaleontica e stratificata intendibile in vari modi: Lévi-Strauss per esempio, cerca di individuare la struttura e i tratti ripetuti. Nel testo "La deduzione della gru" (1971) chiarisce gli obiettivi analitici degli studiosi di miti, i quali devono portare alla luce le proprie procedure di creazione e trasmissione, e identifica principalmente due metodi per farlo: la *deduzione empirica* e la *deduzione trascendentale*.

Su osservazione di base empirica, i miti sono soliti instaurare parallelismi con il mondo degli animali e degli elementi del cosmo, attribuendo «una funzione, un valore o un significato simbolico a un essere naturale [...] associando in modo duraturo l'essere con l'attribuzione» (*ibid.*, trad. it. 1990, p. 45). La deduzione empirica può essere diretta (*attuale*) o indiretta (*invertita*): il fatto che certi animali, personaggi o divinità assumano determinate caratteristiche viene da associazioni il cui sistema di relazioni è complesso, rizomatico, basato su congruenze e rovesciamenti pragmatici ed epistemici.

La deduzione su base trascendentale, invece, deriva «dalla consapevolezza di una necessità logica, quella di attribuire certe proprietà a un dato essere perché la deduzione empirica ha in precedenza connesso questo essere con altri sulla base di un insieme di proprietà correlative» (*ibid.*, p. 45). Una volta stabilitisi legami su base empirica, quindi consolidate e sedimentatesi le proprietà correlative, in altri termini, esse possono esularsi e dare origine a deduzioni trascendentali. Per capire se un mito può esser chiamato trascendentale dobbiamo pertanto chiederci a quali condizioni le valutazioni disgiunte che occorrono all'interno dello stesso, possono mostrarsi coerenti.

I miti vengono certamente esplicitati e vivificati all'interno di un processo testuale dove accadono narrazioni per spiegare, nella maggior parte dei casi, fenomeni naturali, certamente permeati da fenomeni culturali. A seconda delle tradizioni, vi sono cerimonie, usanze, riti per propiziare o limitare questi fenomeni: i miti assumono dunque una

valenza modalizzante grazie alla loro capacità di penetrare la realtà e, al tempo stesso, di rendersi permeabili, ovvero di farsi penetrare dalla stessa aggiornandosi, coesistendo con le loro versioni passate e ricostituendosi, altresì, sotto nuove forme.

Il mito può essere dunque analizzato strutturalmente: sintatticamente vengono delimitate le sfere di azione e movimento, mentre paradigmaticamente vi rientrano gli studi sulle alternative possibili e sui cambiamenti cronotopici. Ma vi sono altri metodi per capire i miti, che coinvolgono la sfera sperimentale e performativa, associano la narrazione all'incorporazione e, in modo abducente, assumono come valide le premesse maggiori del mito stesso, per poi individuare e soggettivare premesse minori e conclusioni. Vediamone un esempio.

2. Complessità mitica e corpo

La principale apprensione sollevata dal mito non ha a che fare con i singoli elementi da cui è formato, bensì con le reazioni provocate dall'interazione tra essi. Le particelle formanti l'intero aggregato sono talvolta irriconoscibili, anche se è parte del compito semiotico provare a identificarne l'indole generativa e funzionale.

Le fasi attraversate dal mito, che gli consentono di perseverare ricostituendosi continuamente, non dipendono solamente dalla dimensione linguistica grazie alla quale transitano nel tempo, ma dalla coesistenza di vari fattori presenti nell'*umwelt*. In altri termini, è necessario pensare al mito come a quella combinatoria di strutture stabilizzanti seppur cambianti, capaci di permeare la realtà e strutturare, anche indirettamente, gli schemi enunciazionali.

Esplosione, coscienza e memoria, le tre fasi indagate da Juri Lotman (2011) come base composita della prassi artistica, influenzano ugualmente il mito che, rientrando nell'apparato secondario di modellizzazione linguistica, e presupponendo una trama la cui profondità risveglia immagini ripercosse nella performatività quotidiana, investe *il deserto del reale*.

Il *monomito* ha occupato l'ultimo secolo e mezzo disfacendosi della simultaneità coabitata e confezionando l'eroe come un personaggio

unico a sé stante, che riceve aiuti e supera ostacoli, ma che finalmente figura un congegno isolato piuttosto che un sistema multisituato, multidimensionale e altamente interconnesso. Nella *dinamica monomitica* però, succede qualcosa di interessante: una volta che l'impresa solitaria e singolare attualizza i propri bisogni di ascensione della realtà, allora l'iniziale compattezza del protagonista si diluisce, diffondendo le nuove saggezze e confondendole tra i "commensali" di vita incontrati. Alcuni teorici, quali Donna Haraway, esortano l'abbandono della figura dell'eroe a favore di una co-costruzione di storie quotidiane più bilanciate, collaborative, post-*antropoceniche*:

È tempo di rivolgersi a mondi *simpoietici*, a modelli vitali creati secondo schemi *SF* locali, dove l'ordinario sia il "coinvolgimento nella vita dell'altro", e le storie ordinarie propongono modi per nutrire il benessere in un pianeta danneggiato. Le storie *sintoniche* non sono i racconti degli eroi, ma sono i racconti del divenire (Haraway 2016, p. 76, traduzione nostra).

Il regime fondato sul *monomito* viene invece teorizzato soprattutto da Joseph Campbell⁽²⁾, ma parecchi aspetti incoativi sono già ritrovabili tra le teorie di Carl Jung (1964). Possiamo constatare che, come fondatore della psicologia analitica, le sue proposte costituiscono continue riverberazioni le cui radici sono identificabili nell'intricante interiorità del pensiero umano che va sondato, analizzato, estrapolato. Il mito sarebbe dunque una procedura originata nella e dalla profondità psicologica: sogni, archetipi e ovviamente miti costituiscono le basi su cui il pensiero interiore, spesso simbolico, prende vita.

Vi è dunque, da una parte, un approccio olistico tra gli *oloabitanti* del Cosmo, siano essi viventi o non viventi, umani o non umani; e dall'altra, invece, un approccio più antropocentrico e principalmente psichico.

Giacché, in ogni caso, il mito si fonda su una relazione con la realtà, percorriamo una logica inversa e abduttiva, identificando il corpo come fulcro inferenziale del mito esperito. La logica anteriormente

(2) <https://orias.berkeley.edu/resources-teachers/monomyth-heros-journey-project>.

attribuita al linguaggio verbale varca le sfere corporee poggiando sul *regime enattivo*; ora è l'essere nella sua completezza significante a inferire miti, tramite impressione e interiorizzazione, espressione e narrazione in un percorso *endogeno–trasferenziale A/R*: i miti “entrano nelle vene”, penetrano subliminali edificando l'assetto su cui si distribuiscono pensiero ed azione, imbricano affezioni e costituiscono l'avvolgimento intricato della semiosi, modificano la visione del cosmo, forniscono la griglia su cui si basano le relazioni nel mondo in costruzione.

Il materiale extra–terrestre di cui i miti erano spesso costituiti in passato e la cui sovrapposizione con divinità, esseri sovraumani, animali stravaganti, centauri, titani, piante silvestri e pozioni magiche tessera le storie giunte sino a noi, si disperde, attenuandosi, tra esseri viventi e contesto abitato. Non è più vigente la necessità di attribuire a entità sovraumane ed extra–cosmiche quelle conoscenze, quei valori e quei poteri che il campo agente individuale insieme all'*umwelt* collettivo può generare. Indaghiamo, a seguito, il mondo della significazione per elaborare ed estrapolare *i miti contemporanei*.

3. Circolarità cronologica

Il mito mira indietro, è oggetto di uno sguardo retroattivo perché si costruisce nella visualizzazione storicizzata, è *orografia* dell'immagine sedimentata in un territorio in cui gli strati si interpongono lasciando in superficie una minima parte dell'interezza formante. Il mito però si proietta anche in avanti: l'ostensione interposta tra l'attribuzione estensiva verso passato e futuro appartiene all'universo temporale in cui la fenditura del mito avviene, il presente. Un presente necessariamente storicizzato, una faglia in cui si scorge il divenuto e si abbozza il divenire: ogni linea, ogni singola materia mitica sedimentata, partecipa attivamente alla *reologia* raggiunta.

Il mito attinge al passato personificandolo ed emancipandosi da esso, come una macchia espansa il cui nucleo dirama in ciò che incontra. Nella stilistica mitica, l'*agentività* dei personaggi attraversa fasi diverse del proprio stare nel mondo e intraprende modalità espressive in riferimento all'origine dello spostamento predicale: il movimento

semantico corrisponde infatti a un trasferimento vincolato sull'asse vettoriale del fare, dell'essere, del volere e del dovere. Vi sono inoltre modalità che si emancipano dalla pianificazione enunciativa quadripartita per ritrovare nello stare il radicamento mutuo e interattivo trans-umano, fusione materiale del vivente e non vivente.

La relazione tra i soggetti e gli oggetti coinvolti risulta un'elaborazione radicata nel tempo che si evolve e ricostruisce nel presente: in una serie articolata di relazioni del senso, si densificano e stratificano, diffusi, i miti contemporanei.

Per Wendy Doniger (2005, pp. 4-5) una delle caratteristiche del genere mitologico è il riciclo, a sua volta collegato dalla stessa autrice con “la ripetizione compulsiva” di Sigmund Freud, ossia con la nostra tendenza a voler ascoltare continuamente le stesse storie, soprattutto quelle traumatiche o, in termini di Terence Cave, con la tendenza a tornare sempre nello stesso posto, un posto già conosciuto che si riscopre come fosse la prima volta.

Il trauma come ripetizione — alla cui analisi Patrizia Violi dedica parte del capitolo 3 di *Paesaggi della Memoria* (2014) — risulta sintomatico in quanto replica, più che rappresentazione. In questo passaggio Violi si poggia sul pensiero di Cathy Caruth:

non vi è per il soggetto traumatizzato, la possibilità di “semiotizzare” l'esperienza, trasformandola in racconto e dotandola di un senso, e nemmeno di ricordare il trauma sotto forma di memoria semantica. Il trauma può solo ripetersi senza fine nella forma di un agito, un *acting out* che non “rappresenta” un contenuto ma semplicemente sé stesso, la struttura stessa dell'evento (*ibid.*, pp. 53-54).

Il mito è dunque trauma, traumatica è la sua fissazione per la ripetizione ed è nell'impossibilità di rappresentare il trauma che scorgiamo un parallelismo con la tendenza di allontanamento del mito, anch'esso mai afferrabile *in toto*. Sulla stessa scia, Doninger (2005, p. 5) suggerisce la connessione con *l'eterno ritorno* proposto da Mircea Eliade,

in cui ritroviamo il motivo della ripetizione di un gesto archetipico, proiettato su tutti i piani: cosmico, biologico, umano ecc. [...] Tutto

ricomincia dal suo inizio in ogni istante; il passato non è che la prefigurazione del futuro e nessun avvenimento è irreversibile e nessuna trasformazione è definitiva. In un certo senso, si può anche dire che non si produce nulla di nuovo nel mondo, poiché tutto è solamente la ripetizione degli stessi archetipi primordiali; questa ripetizione, attualizzando il momento mitico in cui il gesto archetipico fu rivelato, mantiene incessantemente il mondo nel medesimo istante aurorale degli inizi (1969, trad. it. 2018, p. 116).

4. Il corpo di Atlante, un caso di parasinonimia

Lo sviluppo del mito non è completamente stocastico, ma l'aspetto legato all'emblema dell'aleatorietà è sicuramente preponderante: benché sia possibile adottare una sorta di sospensione di giudizio nel momento in cui si identifica e studia un mito, è inoltre possibile mettere in atto una griglia assiologica che lo sistema invece su assi congiuntivi e disgiuntivi a determinati valori, scovandone quindi moventi ed effetti. In questo senso, natura e cultura vanno a sistema e, come sostiene Lévi-Strauss (2001 [1978], p. 3) ne *L'incontro tra mito e scienza*, vi è un costante tentativo che mira a «cercare l'ordine dietro a ciò che ci viene presentato come disordinato»: fin da molto giovane l'autore si proponeva di approfondire i fenomeni talvolta disorientanti o confusi alla luce di campi semantici categorizzanti e chiarificatori e questa sua attitudine l'ha portato a essere lo strutturalista che conosciamo.

La sistemazione e sistematizzazione enunciativa all'interno di diagrammi illustrativi non è però fissa, lo scorrimento avviene infatti determinando la resistenza del fluido mitico e dunque la sua viscosità: i miti si sposano con certi valori e su essi investono il proprio perpetuarsi, soggetto a variabilità e variazioni. Ad Atlante convergono sicuramente i valori dell'equilibrio e del sacrificio.

Ci sbilanciamo nell'ipotesi applicativa di una *trasduzione mereologica scalare incorporata*: la versione del mito greco si troverebbe tra gli assi fondanti del pensiero occidentale giunto sino a noi, i racconti e le

molteplici rappresentazioni ritrovate vanno integrate a una nostra ulteriore supposizione che vede tale mito come fondante della costituzione culturale e bio-semiotica del corpo.

La scelta di approfondire questo mito sorge infatti in seno agli studi sul volto delle ricerche FACETS⁽³⁾, a cui preme incorporare il volto, ossia abitarlo, ubicarlo e contestualizzarlo come parte di un corpo, sia esso mitico o fisico, artificiale, naturale o ibrido. Avviene in tutto ciò una sorta di traduzione ad altri sistemi semiotici — la chiameremo trasmutazione in riferimento all'infondo *echiano* che parla addirittura di cambio nella materia⁽⁴⁾. Quali pertinenze dell'antico mito vengono tradotte nella sostanza visiva? E quali trasmutazioni avvengono invece nel riferirci ad atlante, figura anatomica, piuttosto che Atlante, figura mitica? Ecco un caso *parasinonimico*.

Il mito di Atlante è di origine antica. Lo stesso nome ha radici incerte: da una parte deriva dal proto-indoeuropeo⁽⁵⁾, con riferimento all'azione di “sostenere” o “sopportare” (da *tel*); dall'altra viene invece letteralmente tradotto come l'infaticabile, o assai paziente (Ferrari 2018, p. 93). Sembra invece che Diodoro Siculo⁽⁶⁾, storico degli ultimi anni pre-Cristiani, addebitasse questo nome a un, a sua volta mitico, re libanese, il Re della Mauritania, anche saggio conoscitore delle scienze, della filosofia e soprattutto degli astri: sarebbe lui tra i primi “artefici” del globo terrestre, colui che ha disegnato il mondo in formato sferico. Per la mitologia greca Atlante era «figlio di Giapeto e Climene e fratello di Prometeo ed Epimeteo, era astuto e scaltro Titano. Egli mosse guerra a Zeus con gli altri Titani; ma sconfitto fu condannato a sorreggere la volta del cielo sul proprio capo e con le proprie mani» (Ferrari 2018, p. 93).

Anche la risoluzione della punizione sfodera diverse interpretazioni: secondo Rossi (1998, p. 142) al volgere lo sguardo verso la testa di Medusa mostratagli da Perseo, Atlante viene pietrificato formando un grande promontorio nell'oceano che da quel momento avrebbe preso il

(3) Per i dettagli del progetto FACETS e la lista di pubblicazioni Open Access riguardanti il volto prodotte nel suo ambito, vedere www.facets-erc.eu/publications/.

(4) Ecco perché abbiamo indicato precedentemente il paradigma reologico come studio del raggiungimento degli equilibri materici a seguito di effetti e sollecitazioni.

(5) <http://www.summagallicana.it/lessico/a/Atlante.htm>.

(6) <https://www.atlasmagazine.it/mito-di-atlante> (ultima consultazione 27 ottobre 2022)

suo nome (Oceano Atlantico). Un'altra versione ancora racconta che la pietrificazione avrebbe dato origine all'omonima catena montuosa tra il Marocco, l'Algeria e la Tunisia: «Perseo si presentò ad Atlante in cerca di aiuto e di protezione; ma poiché questi gli vennero rifiutati, Perseo, con l'ausilio della testa di Medusa, trasformò Atlante nell'omonima montagna, sulla cui cima si appoggiano il cielo e le stelle» (Ferrari 2018, p. 93); anche Atlantide, isola leggendaria, sarebbe in qualche modo legata al mito di Atlante.

Quel che la normatività scientifica ci permette di fare è andare a studiare quei fenomeni linguistici che generano senso a partire dall'isomorfismo fonologico e grafemico: per trasmutazione, dalla performatività del personaggio mitico ci muoviamo verso la performatività del nostro corpo e troviamo tracce che ci aiutano a costruirne il senso connettivo.

L'orchestrazione ritmica delle loro dinamiche evolutive ci permette di identificare un nucleo semantico fondamentale, ossia la commensurabilità tra volto e mondo, tra cranio e terra, tra testa e volta celeste.

A essere caricata è dunque, alla luce trasmutata del mito "enattivato", proprio la testa: l'atlante, infatti, a livello anatomico e cinesico, è la prima vertebra cervicale a sorreggere il peso di tutta la testa. Se le vertebre si trovano nella posizione corretta, il suo peso (5–6 kg) si distribuisce in modo bilanciato su entrambi i lati dello scheletro. Ed è possibile visualizzare tutta una sintassi interna e metaforica: l'atlante è parte fondamentale di un complesso sistema funzionale in cui il cervello comunica col corpo tramite il sistema nervoso centrale, che passa attraverso il foro alla base del cranio. È per questo che in presenza di difetti di postura dell'atlante, si verifica un deficit neurologico di comunicazione tra cervello e organismo e l'atteggiamento viziato si ripercuote in tutto il corpo. Spostando il baricentro scorrettamente viene a crearsi uno squilibrio totale, si formano blocchi articolari e problemi al sistema muscolo-scheletrico; se il disallineamento è notevole, possono crearsi seri problemi alla colonna vertebrale, dolori ma anche contrazioni interne che limitano il flusso di impulsi elettrochimici, dal cervello al corpo. A loro volta anche i muscoli disallineati e contratti scompensano gli equilibri del tratto cervicale superiore, provocando scompensi cronici.

Le vertebre cervicali della colonna vertebrale sono costituite da sette anelli ossei che risiedono nel collo tra la base del cranio e le vertebre toraciche nel tronco; tra le vertebre della colonna vertebrale, quelle cervicali sono le ossa più sottili e delicate. Eppure, nonostante le loro dimensioni, le vertebre cervicali svolgono l'enorme lavoro di sostenere la testa, proteggendo il midollo spinale e fornendo mobilità a testa e collo. È importante notare che, nella visione e cooperazione d'insieme, la sinergia tra le varie vertebre e la resilienza corporale permettono anche in casi di traumi, scompensi e disequilibri, di risemantizzare l'assetto e così prevedere l'inserimento dei problemi eventuali all'interno dell'organismo.

Il mito di Atlante sembra dunque rispecchiare l'investimento isotopico "terra = cranio", facendosi sineddoche fenomenica ed espressiva. È «l'iscrizione corporea del contatto sensibile originario» (Fontanille 2003, p. 2, traduzione nostra) che denota la terza delle tre modalità operative con cui, secondo Fontanille, il corpo testimonia: «la testimonianza implica quindi un'origine, divenuta inaccessibile alla percezione diretta, la cui traccia può essere attestata e ritrovata solo sui corpi. [...] La testimonianza è quindi possibile solo nei limiti della "memoria figurativa" dei corpi» (*ibidem*).

In questo senso, il corpo è "testimone" del mito, sua "incorporazione", l'inevitabile vicinanza tra il corpo e le pratiche discorsive che lo circoscrivono e che gli attribuiscono, *co-fondandolo*, formule linguistiche e bio-semiotiche. L'assunzione del corpo come possibilità mitica, fa emergere la variabile incrementale della mediazione, come fattore tecnologico che assesta, illude, incarna.

5. Mito, immagine e tecnologia

La figura più comune di Atlante vede un uomo forte, possente, nudo, incurvato e sovrastato dal globo terrestre che è costretto a sorreggere.

Per accedere al mito nella sua interezza, va aperto uno spazio di riflessione sulla costituzione visiva dello stesso: sia l'atlante che Atlante sono accessibili, anche e soprattutto, tramite l'immagine e quando ci

avvicineremo a un'ulteriore declinazione atlantica, quella digitale, vedremo che tale presupposto sarà assiomatico. Roland Barthes si sofferma su tali inclinazioni del mito⁽⁷⁾:

La parola mitica è formata da una materia già lavorata in vista di una comunicazione appropriata: proprio perché tutti i materiali del mito, siano essi rappresentativi o grafici, presuppongono una coscienza significativa, si può parlare di essi indipendentemente dalla loro materia. Questa materia non è indifferente: l'immagine, certo, è più imperativa della scrittura, impone la significazione di colpo, senza analizzarla, senza disperderla; ma non è più una differenza costitutiva. L'immagine diviene una scrittura a partire dal momento in cui è significativa: come la scrittura essa richiede un *lexis*" (Barthes 1957, trad. it. 1974, p. 219).

Vi è sempre almeno una figurazione visiva a rappresentare un mito. La rappresentazione non è mai esaustiva rispetto alla sua complessità, ma è comunque esemplificativa dell'assetto culturale dal quale emerge.

La pratica visiva è legata a ciò che Dorffles (1967), riferendosi a Vico ne *La estetica del mito*, chiama "pensiero visivo": sollecitando quel pensiero umano nelle sue primissime fasi di sviluppo, quella "precategoriale", un pensiero visivo è la zona nella quale avviene la poesia, l'intesa *patemica* prima che conoscitiva, quella che darebbe adito al linguaggio metaforico.

La metafora si delinea pertanto come figura retorica portante comune a storia e mito: «il mito come metafora storica e la metafora come mito linguistico [...] Il mitico e il metaforico, si presentano per essere avvicinati e confrontati [...] Mito e metafora sono veicoli — conoscibili e sconosciuti — di tutti quei germogli creatori, di tutte quelle

(7) Nonostante l'inserzione di una nota barthesiana a questo punto di un saggio principalmente centrato sull'analisi del mito dal punto di vista semio-antropologico specialmente diretto al pensiero di Lévi-Strauss, possa stridere e creare ambiguità epistemiche, ci è sembrato necessario compiere tale scelta per il seguente motivo: Barthes analizza il mito come un sistema semiologico, atteggiamento simile a Lévi-Strauss nonostante quest'ultimo usi accezioni diverse per descriverlo. La mitologia come scienza dei segni, ci ricorda Barthes, fa parte di quella necessità per cui bisogna *far parlare la vita* per poterla intervenire e trasformare. L'accettazione del mito come pratica semiotica, che dà il benvenuto allo studio dei segni non solamente linguistici ma anche visivi, oggettuali, evenemenziali, è ciò che fa da ponte tra il pensiero dei due studiosi.

aspirazioni espressive che sempre ha trasmesso l'arte, che costituiscono il patrimonio più originale e autonomo di tutta la cultura umana» (Dorfles 1967, p. 23, traduzione nostra).

Secondo Dorfles, su ripresa di Jakobson (1963, p. 61), tutte le metafore sono piccole favole e in quanto favole sono mito, cioè una «narrazione non realista, però dotata di quei valori antichi ed esistenziali che la convertono nel correlato più autentico di tutta l'era arcaica» (Dorfles 1967, pp. 17–18, traduzione nostra).

Spesso le considerazioni assiologiche riguardano aspetti associati alla spazialità. Topografia simbolica tra natura e cultura, campo condiviso, la composizione mitica è distribuita in un insieme che costituendosi esclude e abbandona, l'inconscio collettivo ne è l'evidenza distribuita e *de-privatizzata*: solamente implicando l'eccezionalità dell'eroe, dell'eroina, del singolo, all'interno di un costrutto più ampio e condiviso, il mito può essere compiuto.

I miti, spesso rilegati al passato nella loro tradizionale concezione e gestazione, abbiamo visto invece sapersi reinventare, attualizzare e proiettare nel tempo futuro proponendo nuove direttive di lettura, azione e co-creazione mediatizzata. Nell'articolazione di Burrows e Sullivan (2019, p. 17) il mito è un prefisso che accompagna tre sistemi esecutivi, tre produzioni di senso:

- la *mitopoesi* è proposta come operazione di fabbricazione di mondi, persone e comunità in avvenire, spesso diagrammata su culture residuali ed emergenti;
- la relazione *mito-scienza* avviene nella produzione alternata tra prospettive e modelli;
- la *mito-tecnesi* riguarda invece le vie attraverso cui la tecnologia entra nei discorsi e nella vita quotidiana, attraverso le proiezioni dell'esistente e l'influenza delle macchine, della tecnologia e dell'artificialità.

Sofferamoci su quest'ultima modalità esecutiva: le tecnologie dell'artefatto hanno agevolato il divenire della costruzione mitica, ma è la *mito-tecnesi* contemporanea che permette un'ulteriore trasmutazione interpretativa. Atlante è prima titano sostenitore del globo, poi sommità accogliente della colonna corporea su cui poggia la testa e diventa in simile

prospettiva ma trasposto alla sfera digitale, materia diffusa senza sostegno, costruito datificato e virtualizzato. Quest'ultima elaborazione mitica vede nel protagonismo delle tecnologie digitali la chiave di produzione del nuovo senso: le teste digitali, anche chiamate *cyberheads*, legate alle già conosciute *cyberfaces*, dimenticano la loro indessicalità, sono spesso estrapolate dall'identità di un corpo fenomenico, viaggiano svincolate alle colonne sostenitrici e talvolta si arenano negli spazi virtuali in costruzione. Il nuovo atlante è sovraprodotto, riprodotto, vulnerabile, reiteratamente sacrificato e le teste cyber perdono il loro sostegno portante.

Secondo Belting, «il consumo di volti nei media si nutre di volti che nascono già come maschere e sono quindi “prodotti”, mentre su Internet si confonde un consumo privato di volti in cui ognuno mette a disposizione degli altri la propria *face* in rete, come se partecipasse a una perenne festa virtuale» (Belting 2013, trad. it. 2018, p. 218) Dall'anonimato dei volti comuni del secolo scorso, siamo passati a una profilazione di massa iper-dettagliata: nella nube conta la quantificazione clusterizzabile.

La trasposizione da una figura all'altra sarebbe uno dei fondamenti *antropocentrici* su cui si è eretta la società contemporanea occidentale: la pesantezza della punizione e il peso del mondo su di sé hanno influito sulla costruzione effimera della centralità dell'essere umano oltre che sulla realizzazione del sé, come singolo e come comunità. È nostro compito ripensare i miti con chiavi critiche e contemporanee, per poter integrare la storia, dirottare nuovi percorsi, questionare le certezze e *semiotizzare* l'evidenza. Ciò che ci importa del mito è proprio il suo carattere ibrido di verità, nel dondolio interposto tra genealogia e attualizzazione dove «l'esattezza del giudizio empirico — ci dice Lévi-Strauss (1971, trad. it. 1990) — è irrilevante».

Riferimenti bibliografici

- Airoldi M. e D. Gambetta (2018) *Sul mito della neutralità algoritmica*, “LQ The Lab's Quarterly”, xx(4): 25-45.
- Barthes R. (1957) *Mythologies*, Éditions du Seuil, Paris (trad. it. di L. Lonzi, *Miti d'oggi*, Einaudi, Torino 1974).

- Bataille G. (1947) “L’Absence de mythe” in A. Breton, *Le Surréalisme en 1947*, Maeght, Paris (trad. ingl. di M. Richardson, *The Absence of Myth. Writing on Surrealism*, London–New York 1994).
- Belting H. (2013) *Faces. Eine Geschichte des Gesichts*, Verlag, München (trad. it. di C. Baldacci e P. Conte, *Facce. Una storia del volto*, Carocci, Roma 2018).
- Burrows D. e S. O’Sullivan (2019) *Fictioning. The Myth–Functions of Contemporary Art and Philosophy*, Edimburgh University Press, Edimburgh.
- Doniger W. (2005) *The woman Who Pretended to be Who She was: Myths of Self–Imitation*, Oxford University Press, Oxford.
- Dorfles G. (1967) *La estética del mito*, Editorial Tiempo nuevo, Caracas.
- Eco U. (2012 [2010]) *Dire quasi la stessa cosa. Esperienze di traduzione*, Bompiani, Milano.
- Eliade M. (1969) *Le mythe de l’éternel retour: archetypes et répétition*, Gallimard, Paris (trad. it. di G. Cantoni, *Il mito dell’eterno ritorno. Archetipi e ripetizioni*, Lindau, Torino, 2018).
- Ferrari A. (2018 [1998]) *Dizionario di mitologia greca e latina*, DeA Pianeta Libri, Roma.
- Fontanille J. (2003) *Quand le corps témoigne: approche sémiotique du reportage* (Documents de travail et pré-publications), Università degli Studi Carlo Bo, Urbino.
- Fontanille J. (2004) *Soma et Séma. Figures du corps*, Maisonneuve et Larose, Paris (trad. spagn. Di D. Blanco, *Soma y sema. Figuras semióticas del cuerpo*, Fondo Editorial Universidad de Lima, Lima 2008).
- Greimas, A.J. e J. Courtés (1979) *Sémiotique: Dictionnaire raisonné de la théorie du langage*, Seuil, Paris (trad. ingl. di C. Larry et al., *Semiotics and Language. An Analytical Dictionary*, Indiana University Press, Bloomington 1986).
- Haraway D.J. (2016) *Staying with the Trouble. Making Kin in the Chthulucene*, Duke University Press, Durham–London.
- Jakobson R. (1963) *Essais de linguistique generale*, Editions de Minuit, Paris.
- Jung C. (1964) *Man and his symbol*, Ferguson, San Sebastian.
- Lacan J. (1966) *ÉCRITS*, Éditions du Seuil, Paris.
- Lévi–Strauss C. (2001 [1978]) *Myth and meaning*, Classics Routledge, London–New York.
- Lévi–Strauss C. (2014 [1971]) *L’homme nu. Mythologique 4*, Plon, Paris.
- Lévi–Strauss C. (1971) “The deduction of the Crane”, in P. Maranda e E.

- Köngäs Maranda (a cura di), *Analysis of Oral Tradition*, University of Pennsylvania Press, Philadelphia, 3–21 (trad. it di M. Del Ninno, *La deduzione della gru*, “Quaderni di antropologia semiotica”, 6, 1990, http://www.etnosemiotica.it/testi_di_levi-strauss_la_deduzione_della_gru.php).
- Lotman J. (2011 [1967]) *The place of art among other modelling systems*, “Sign Systems Studies”, 39(2/4): 249–270.
- Rossi C. (1998) *Leggende e tragedie della mitologia greca*, Monduzzi editore, Bologna.

L'OCCHIO DI DIO

DALL'ANTICHITÀ AI NUOVI MEDIA⁽¹⁾

MASSIMO LEONE, Università di Torino; Università di Shanghai;
Università di Cambridge; Fondazione Bruno Kessler, Trento

ABSTRACT: The article proposes a semiotic reflection on an ancient mythical configuration, that of the divine face, often associated with eyes, vision, sight, and observation. Having reviewed the mythical modes of representation of the divine gaze in some ancient cultures, as well as their theological significance, the article shows how the idea and the figure of a divine gaze that sees everything, that foresees everything, and that provides for everything, with tones that are sometimes euphoric and providential, sometimes dysphoric and threatening, emerged in the Jewish and then in the Christian culture. The article concludes with a hint at how such symbolic expressions, and in particular the so-called “Eye of Providence”, have given rise to mostly dysphoric inversions in the symbolism of power and conspiracy circulating through the new myths of contemporary digital social media.

KEYWORDS: Eye of God; gaze of God; eye of Providence; omniscience; conspiracy theories.

I. Volto e sguardo

In molte culture e lingue indoeuropee il volto e il variegato lessico che lo designa, così come i concetti che a questi lemmi corrispondono,

(1) Questo saggio è il risultato di un progetto finanziato dal Consiglio Europeo della Ricerca (ERC) nell'ambito del programma di ricerca e innovazione Horizon 2020 dell'Unione Europea (Accordo di sovvenzione n. 819649 — FACETS).

alludono a un'esperienza visiva, quella di una parte del corpo, il viso, che si predispone alla visione altrui o che si guarda negli altri. Il viso e il campo semantico della vista, della visione, del vedere, sono infatti strettamente intrecciati in numerose tradizioni linguistiche e culturali, con il risultato a volte di trascolorare, trasfondersi e confondersi gli uni negli altri. Il viso è soprattutto ciò che si offre costantemente alla visione sociale, ed è al tempo stesso ciò che, nella visione sociale, si riceve dagli altri. Non è così in tutte le società, e vi sono eccezioni sia nel tempo che nello spazio, sia nella storia che nelle geografie delle culture, eccezioni legate essenzialmente a particolari condizioni di vita; classico è l'esempio dei Tuareg, presso i quali il volto si offre alla vista altrui soltanto ai due poli opposti dello spettro del potere sociale: i bambini e il capo. Possono poi esservi anche variabilità interne alla stessa società, che occupano tutta la gamma possibile di occultamenti ed esibizioni facciali, articolandosi in relazione a particolari categorie di genere, età, condizione civile, ecc. In alcune società, per esempio, gli uomini offrono il volto alla visione altrui più delle donne, ma con una casistica molto variabile e inevitabilmente legata a dispositivi e artefatti della "visageità", attraverso i quali la visibilità del volto è sfumata e qualificata: maschere, veli, occhiali, tatuaggi, tagli di capelli, cicatrici, ecc.

Anche molte culture religiose dotano la trascendenza di un viso, o di una specie di viso, e questo intrattiene con il volto umano una relazione di duplice influenza; da un lato, è inevitabile che le fattezze del sembiante divino siano immaginate con alcuni tratti di quello umano, secondo una grammatica della divinizzazione del volto che segue percorsi storici e semiotici bene identificabili; dall'altro lato, anche il volto umano è condizionato dall'immagine di quello divino, nel senso che deve atteggiarsi in certi modi al fine di acquisire un'aura di ieraticità. Nella cultura religiosa cristiana così come in altre civiltà religiose, per esempio, il volto di Dio è raffigurato come quello di un individuo anziano, spesso barbuto, in quanto all'inevchiamento del volto e al suo ricoprirsi di una folta barba incanutita si attribuisce una connotazione di saggezza; al tempo stesso, tuttavia, questa connotazione è adoperata simmetricamente da chiunque voglia, invecchiandosi il volto con una lunga barba, attribuirsi connotati di ieraticità.

Nello studiare la semiotica del volto divino, occorre tuttavia sottolineare che non è detto che le religioni aniconiche, ovvero quelle che limitano o interdicono completamente la raffigurazione della trascendenza, o vietano di raffigurarne il volto, non ricorrano a forme implicite e sibilline per evocarlo, ad esempio attraverso il linguaggio verbale, ovvero attraverso allusioni visive che ritrovino le fattezze divine in contesti non necessariamente figurativi. Si pensi all'estetica di molta tradizionale pittura di paesaggio cinese, la quale cerca nella rappresentazione una specie di singolarità astratta imputabile all'emergere del Dao, concetto centrale del pensiero religioso e filosofico cinese, espressione di una "primarietà" o "centralità" assoluta nell'ambito dell'universo e della realtà. Il paesaggio non ha volto, eppure il grande artista è colui il quale, nel raffigurarlo, consente allo spettatore di entrare in rapporto scopico con questa primarietà, assai simile a quella che, nell'estetica anche religiosa occidentale, si attribuisce al volto. Allo stesso modo, nella cultura visiva di molti gruppi aborigeni australiani o in altre tradizioni spirituali che non necessariamente si riferiscono a un'idea di trascendenza e al suo volto, configurazioni visive astratte rimandano comunque a un'idea di unicità, di singolarità, di reciprocità, che sono i valori spesso alla base di tante ideologie del volto nelle culture umane.

Il nesso volto—occhi, volto—sguardo, volto—visione è poi assai stretto in molte circostanze; è vero infatti che il volto può essere percepito secondo diverse modalità sensoriali, così come è vero che può percepire attraverso sensi diversi, eppure, fra questi, la vista assume un ruolo centrale anche dal punto di vista dell'evoluzione naturale; nella specie umana così come in altre specie evolutivamente vicine, il volto è il luogo in cui si situano gli organi della percezione visiva dell'ambiente e, viceversa, il luogo in cui tali organi si situano viene a identificarsi immediatamente come volto. È generalmente possibile percepire un volto anche in assenza di occhi, come accade in molta statuaria antica o in quella astratta contemporanea che ad essa si ispira, così come è possibile percepire uno sguardo anche in assenza di volto, come accade in molte raffigurazioni simboliche degli occhi e della visione, però le rappresentazioni che dissociano nettamente l'uno dall'altro evocano inevitabilmente il mostruoso, ad esempio nel caso di esseri immaginari presso i quali gli occhi si collocano non nel volto ma in altri punti del corpo. Classico

esempio ne è *El Hombre Pálido*, antagonista secondario nel film dark fantasy *El laberinto del fauno* (Guillermo del Toro, 2006), mostro umanoide dalla pelle diafana i cui bulbi oculari sono nelle palme delle mani, caratteristica che gli conferisce un aspetto inquietante.

In altri casi, tuttavia, il rapporto naturale tra volto e sguardo non è soggetto a tale mostruosa dissociazione, bensì a una tensione che modifica il dato naturale al fine di conferirgli un valore simbolico. Ciò è frequente soprattutto negli ambiti, come quello religioso, in cui è essenziale significare lo scarto fra il volto naturale, con le sue doti quotidiane, e un volto potenziato o depotenziato, i cui tratti peculiari non evocano tanto il mostruoso quanto il mirabile e il numinoso. In tali casi, allora, l'organo della vista e, con esso, l'origine dello sguardo, non slittano altrove, come nel caso de *El Hombre Pálido* — per il quale lo spostamento dei bulbi oculari nelle palme delle mani necessariamente significa degradazione — bensì si riqualifica per moltiplicazione ovvero per centralizzazione, con conseguente enfasi della potenza scopica.

2. Occhi multipli e singoli

Non mancano, in effetti, nella storia delle culture religiose, casi di esseri sovrumani con più occhi, e dunque con più sguardi, così come casi di esseri numinosi con un occhio solo, o senza occhi. Vale la pena prenderli brevemente in rassegna, come punto di partenza rispetto all'analisi puntuale di un caso specifico, quello dell'occhio inscritto all'interno di un triangolo, e ascritto a Dio (Gjessing 1940).

Bes (/bes/; noto anche come Bisu), insieme alla sua controparte femminile Beset, è un'antica divinità egizia venerata come protettrice delle famiglie e, in particolare, delle madri, dei bambini e del parto. Bes era altresì considerato il difensore di tutto ciò che è bene e il nemico di tutto ciò che è male. Si tratta probabilmente di una divinità importata nel Medio Regno egiziano dalla Nubia o dalla Somalia, il cui culto cominciò a diffondersi all'inizio del Nuovo Regno. In alcune raffigurazioni, come in una statuetta bronzea del Louvre, Bes ha il corpo cosparso di occhi, forse proprio a indicarne la capacità di tutto sorvegliare. Occorre però ricordare che, per gli antichi egizi, la possibilità di

tutto vedere era essenzialmente un attributo del sole, rispetto al quale si profilava l'analogia fra i raggi e gli occhi. Rappresentare il corpo di una divinità cosperso di occhi, dunque, poteva significare il desiderio di raffigurare i raggi solari e la proprietà che essi avevano di tutto illuminare. Quelli della divinità egizia, insomma, non sono tanto occhi che ricevono una visione dall'esterno, ma occhi che la propiziano, proiettando luce nell'universo circostante. Già Diodoro Siculo accenna alla questione nel primo libro della *Biblioteca storica* (I, II, 2–3), riportando un'etimologia popolare del nome di Osiris, riferita anche da Plutarco (*De Is. et Osir.* 10; trad. nostra):

Ora gli uomini d'Egitto, si dice, quando secoli fa vennero all'esistenza, mentre guardavano il firmamento e furono colpiti sia dallo stupore che dalla meraviglia per la natura dell'universo, concepirono che due divinità erano entrambe eterne e prime, vale a dire, il sole e la luna, che chiamarono rispettivamente Osiride e Iside, queste denominazioni che in ogni caso sono state basate su un certo significato in esse. Perché quando i nomi sono tradotti in greco, Osiride significa “con molti occhi”, e propriamente così; poiché nello spargere i suoi raggi in ogni direzione osserva con molti occhi, per così dire, tutta la terra e il mare. E anche le parole del poeta [vale a dire Omero, in riferimento a Elios] sono in accordo con questa concezione quando dice: «Il sole, che vede tutte le cose e sente tutte le cose». E degli antichi scrittori greci di mitologia alcuni danno a Osiride il nome di Dioniso o, con un leggero cambiamento di forma, Sirio. Uno di loro, Eumolpo, nel suo Inno Bacchico parla de «Il nostro Dioniso, splendente come una stella, / con l'occhio infuocato in ogni raggio»; mentre Orfeo ha detto: «Ed è per questo che gli uomini lo chiamano risplendente».

Gli antichi egizi, infatti, come attestano numerosi testi su papiro, solevano interpretare come occhi il sole e la luna, e attribuire alle divinità solari, e in particolare ad Amon–Ra — nato dalla fusione del dio Ra di Eliopoli con la principale divinità tebana, Amon — un corpo cosperso di occhi. In questo caso come in altri simili — per esempio in quello di Kneph, la divinità serpente con testa di leone circondata da raggi di cui si fa menzione in numerosi papiri ed iscrizioni, che illumina il mondo

aprendo i propri tanti occhi — è interessante notare, dal punto di vista di una semiotica delle culture, che si profila forse una dialettica fra divinità dai tanti occhi che consentono al mondo la visione, illuminandolo, e divinità dall'unico occhio che, invece di illuminare il mondo, lo conoscono, perché lo sorvegliano costantemente e tutto vedono e tutto sanno. La centralità dell'unico occhio in questo caso indica il convergere delle percezioni scopiche verso l'occhio divino e non, al contrario, il promanarne di raggi che consentono a tutti di vedere (Kershaw 1997).

Divinità multi-occhi si trovano nel pantheon di altri popoli africani, che ben dovevano conoscere il potere del sole di dare la luce ma anche di diffrangere tutto intorno raggi acuminati come sguardi. La popolazione degli Oromo, appartenente al ceppo etnolinguistico delle lingue cusitiche, nel corno d'Africa, venerava il dio Waaq dai trenta occhi-raggi (presente anche presso i Somali); altre popolazioni nilotiche, come i Nandi o i Masai, adoravano Asis, anch'esso divinità dai molti occhi, in numero di nove o di centinaia a seconda delle fonti. Presso tutti questi popoli si afferma non tanto la dialettica fra divinità dai molti occhi e divinità monoculari, quanto quella fra divinità dai molti occhi e divinità senza occhi, che rappresentano la controparte notturna e oscura delle divinità foriere di raggi, luminosità, e possibilità di visione. Ma anche la notte ha occhi, per esempio nella raffigurazione che se ne trova nei codici messicani precolombiani, ove pure si visualizza l'idea che i lontani corpi celesti non siano occhi puntati verso l'umanità, bensì luci che aiutano l'umanità a vedere nonostante il velo oscuro della notte.

È difficile stabilire dove e quando si operi il rovesciamento tra una nozione di divinità solare, lunare, o stellare dai molti occhi, corrispondenti ad altrettanti raggi — i quali aiutano l'umanità nella visione — a una nozione di divinità i cui occhi non proiettano più luce sul mondo bensì sguardi, i quali acquisiscono informazioni scopiche rispetto al mondo terreno. Il rovesciamento è per certi versi evidente nel mito di Argo, sebbene questi sia piuttosto un gigante al servizio di una divinità (Zeus), poi gabbato da un'altra divinità (Ermes), e infine trasfigurato nella ruota del pavone, animale narciso per eccellenza.

È comunque plausibile che l'immaginario di una deità religiosa in grado di vedere tutto e dunque di tutto conoscere da una posizione privilegiata rispetto all'universo sia centrale nella cultura religiosa ebraica,

per quanto ipotesi diverse e a volte contrastanti si fronteggino a proposito della sua genesi (Orlov 2022). Secondo una scuola di pensiero, ad esempio secondo l'esegesi biblica di Gunkel, Gressmann, e Hempel, questa nozione di sguardo onnivedente sarebbe originariamente estranea al monoteismo ebraico, e gli deriverebbe da apporti esteriori, essenzialmente egizi e babilonesi. Secondo Pettazzoni (1955) e altri, invece, benché non sia facile ricostruire la filogenesi di questo complesso di idee teologiche, è tuttavia incontrovertibile che una divinità essenzialmente giudicante e sanzionante come quella ebraica debba poggiare il proprio giudizio su un attributo di onniscienza, che spesso si traduce nella capacità di vedere tutto. Anche l'udito è un senso importante nella costruzione di un dio che tutto conosce, eppure, se si fa fede all'analisi dei testi che compongono la semiosfera ebraica, esso pare restare in secondo piano rispetto allo sguardo, configurando così una divinità in cui ciò che conta davvero non è l'ascoltare tutto ma il vedere tutto. All'origine di questa gerarchia sensoriale potrebbe esservi il concetto di quale sia l'oggetto dello scrutinio, del giudizio, ed eventualmente del castigo divino, oggetto che, con poche eccezioni, si configura essenzialmente come un'azione: la divinità ebraica osserva uomini e donne che agiscono, e la parola umana, sia essa lo spergiuro o la menzogna, è anch'essa osservata e giudicata come azione, ovvero non in quanto pura enunciazione verbale da udire, ma come enunciato che produce conseguenze pragmatiche osservabili.

3. Facoltà dello sguardo trascendente

Corollario e correlato di questa capacità di acquisire informazioni scopiche esaustive rispetto al mondo sono due dimensioni parallele, quella della genesi e quella della posizione. Da un lato, si profila in molti testi della tradizione ebraica l'idea che la divinità possa accedere alla visione totale dell'universo e soprattutto a quella di tutte le azioni che gli esseri umani vi compiono perché essa, la divinità, ne è l'origine attraverso l'atto della creazione. È necessario però sottolineare una distinzione che aprirà poi un dilemma dalla lunghissima tradizione teologica, spesso irta di aspre diatribe: Dio crea sia il contenitore dell'azione umana che

il suo agente, ossia l'umano stesso, ma non crea l'azione umana; benché essa non possa mai sfuggire al controllo scopico divino, ciò non ne contraddice la libertà; il dio ebraico, poi quello cristiano, vede l'azione umana ma non la influenza, bensì la giudica.

Questa distinzione apre però un paradosso rispetto alla temporalità dell'osservazione divina. Lo sguardo della divinità ebraica che tutto vede e tutto conosce, infatti, non opera in un tempo umano, quello di un presente che dal passato muove verso il futuro, diventa esso stesso passato e trascolora in nuovo presente, bensì in una dimensione temporale pancronica, in cui lo sguardo divino non solo vede l'azione presente, ma osserva perfettamente anche l'azione passata — e non attraverso il filtro opaco della memoria ma nell'attualità stessa della visione — e vede chiaramente anche l'azione futura nella preveggenza, idea ancora più difficile da accettare in relazione alla gnoseologia umana ma esito di un desiderio radicato in moltissime culture e spesso ipostatizzato nelle capacità eccezionali delle divinità. Dante riassume mirabilmente in versi questa concezione della prescienza divina come capacità di conoscere — in particolare attraverso la vista — ciò che accadrà non nel senso di una conoscenza anticipata del futuro, ma come risultato di uno sguardo che, *ab aeterno*, si proietta su una vicenda umana osservata come eterno presente, e dunque senza l'illusione temporale tipica dello sguardo umano che solo alla percezione presente accede, mentre al passato si rivolge con la memoria e al futuro con l'immaginazione.

Lo sguardo divino, insomma, è tale da percepire il passato senza doverlo ricordare e il futuro senza doverlo immaginare. Notissima è la metafora con la quale Dante ha saputo trasporre nei versi del Paradiso la nozione di questa temporalità scopica pancronica, di paradossale comprensione per l'uomo, ma lungamente teorizzata dalla filosofia medievale, in particolare da Boezio: «La contingenza, che fuor del quaderno / de la vostra macera non si stende, / tutta è dipinta nel cospetto eterno; / necessità però quindi non prende / se non come dal viso in che si specchia / nave che per torrente giù discende» (Pd xvii 37–42). Ma lo sguardo divino nella cultura ebraica non vede tutto soltanto perché tutto ha creato, bensì anche perché assume una posizione gerarchica superiore rispetto alla creazione. L'elevazione del punto di vista divino è insieme causa ed effetto della sua capacità di prescienza: Dio tutto vede

perché si trova in alto, ma al tempo stesso si trova in alto perché gli si attribuisce una visione totale.

Come ricorda Pettazzoni (1955), questo tipo di visione totalizzante non è di carattere morale, ma di contenuto precisamente scopico, e finalizzato al giudizio e alla sanzione: la prescienza non è semplicemente previdenza, che è attributo morale accessibile anche ad altri esseri del creato, bensì conoscenza scopica esaustiva di quanto effettivamente accade nel mondo, e non di quanto dovrebbe accadervi, sebbene la conoscenza scopica dei mondi potenziali sarà poi attribuita alla divinità nella teologia cristiana e dallo stesso Dante. Vi è da chiedersi come questo immaginario del rapporto fra sguardo del creatore e azione della creatura si sia generato in seno alle culture umane, e in particolare in seno ai monoteismi, e in che modo esso abbia influenzato poi l'emergere delle culture e delle ideologie umane dello sguardo, anche in ambiti non religiosi.

4. Tipologie semiotiche dello sguardo divino

Nelle culture moderne, lo sguardo della divinità s'incarna in special modo nelle raffigurazioni del volto, degli occhi, e dello sguardo di Dio. I tre tipi corrispondono a gruppi di rappresentazioni distinte ma intrecciate, e classificabili anche in relazione alla ben nota categorizzazione tripartita di segni di Charles Sanders Peirce. Lo sguardo di Dio può essere simbolico, ossia riferirsi all'attività scopica della divinità in maniera più che altro arbitraria; è il caso del cosiddetto Occhio della Provvidenza, ma anche dell'occhio di Dio comune in diverse rappresentazioni folcloriche della divinità, specialmente nelle religioni precolumbiane e nei loro innesti in seno al Cristianesimo. Tali raffigurazioni sono arbitrarie nel senso che spesso associano all'idea dell'occhio o dello sguardo di Dio una forma astratta e non abitualmente legata all'evocazione dell'occhio o dello sguardo umano, sovente proprio per marcare la differenza fra le due dimensioni — immanente e trascendente — della visione, ma sono solitamente sempre provviste di una sia pur velata referenza iconica, per esempio nella forma plastica del simbolo, la quale rimanda, sebbene remotamente, a quella di un occhio, ovvero in forme

plastiche che, sempre nella loro plasticità, rinviano alla direzione dello sguardo in forma di linee, frecce, raggi, ecc.

Le rappresentazioni iconiche dell'occhio, degli occhi, o dello sguardo divino sono le più comuni specialmente in quelle culture religiose che prediligono la raffigurazione visiva della trascendenza e della deità, e che si confrontano, dunque, con il problema non tanto di significare questo sguardo, la sua natura e i suoi effetti, quanto di raffigurarlo con tratti che lo distinguano da uno sguardo puramente umano (Carey 1983).

Infine, ed è forse la categoria di rappresentazioni più affascinante, esistono anche raffigurazioni indicali degli occhi e dello sguardo divino, cioè collegate a un'idea della loro relazione reale con la fonte della significazione, e all'allusione di un possibile nesso spazio-temporale o persino causale fra il vero e proprio sguardo di Dio e le sue raffigurazioni. È il caso, per esempio, di quelle rappresentazioni musive del volto di Dio di cui si dice che diano l'impressione di seguire con lo sguardo il fedele situato all'interno del luogo religioso — solitamente la navata centrale di fronte all'abside — fedele il quale si trovi dunque non solo ad osservare il mosaico ma anche ad esserne osservato. La tecnica stessa del mosaico, portata fino a estremi di raffinatezza nell'epoca cristiana bizantina e in molta iconografia ortodossa, è in parte motivata dall'esigenza di simulare, attraverso lo scintillio delle tessere dorate, l'entità dinamica della rappresentazione del divino e in particolare del suo volto, il cui brillio conferisce all'immagine significante la proprietà di vibrare indicamente con il contenuto significato. A questa particolare classe semiotica appartengono anche quelle raffigurazioni, molto note soprattutto nella cultura religiosa cristiana — ma non assenti anche in altre tradizioni — che vanno generalmente sotto il nome di *acheropite*, da "*acheiropoietai*", cioè non fatte da mano d'uomo. Trattasi d'immagini assai attraenti per l'antropologo delle immagini e per il semiologo, giacché in esse si enuncia una particolare idea di agentività, ovvero di una forza che darebbe luogo all'immagine e ai suoi effetti senza originarsi da un'intenzionalità umana, ma anzi sprigionandosi da una forza altra, riconducibile in ultima istanza all'afflato divino, alla sua volontà di offrire all'umanità una rappresentazione di sé stessa che sia ricevibile, osservabile, e soprattutto

credibile non semplicemente come una raffigurazione arbitraria, né come una rappresentazione iconica, bensì come un rimando indicale e dunque motivato, con un'energia pragmatica sconosciuta alle immagini sprovviste di tale natura.

Non è un segreto che la forza agentiva delle immagini che rappresentano indicamente il volto o ancor di più lo sguardo divino come sua espressione pragmatica funzioni all'interno di un circuito fideistico e tautologico: al fedele sembra di attribuire una presenza a tali immagini perché sarebbero motivate dalla loro origine divina, ma in realtà tale origine divina si può attribuire loro solo in virtù di una credenza a proposito della loro fonte trascendente. Insomma, non si crede alla Sindone perché fu creata dal contatto con il corpo di Cristo, ma si ritiene che essa ne sia l'impronta perché già si crede alla presenza storica di Cristo e alla sua resurrezione. Questo circuito tuttavia non impedisce che, nel rimando indicale a una fonte postulata per fede, la credenza stessa si rafforzi, e con essa la fede, sfruttando lo speciale "effetto di realtà" che si attribuisce solitamente alle immagini acheropite, sia direttamente che indirettamente.

In certi casi la divinità concede spontaneamente e volontariamente un'immagine di sé e in particolare del proprio volto ai fedeli, come nel caso del Mandilio di Edessa, prodotto da Gesù tergendosi il volto con un panno in cui s'inscrisse, miracolosamente e per impronta, l'effigie della deità incarnata. In altri casi, invece, tale effigie si produce per il tramite di forze misteriose, ma comunque riconducibili all'intenzionalità divina come sua fonte ultima. È il caso, per esempio, di quelle immagini del volto divino che appaiono miracolosamente in superfici nelle quali non sembra possibile che mano umana ve le abbia iscritte, come su rocce in paesaggi intonsi dall'uomo, o anche in situazioni più quotidiane, contemporanee, e banali, ad esempio nel classico apparire del volto di Gesù nella bruciatura di un toast. In entrambe le dinamiche di produzione, in ogni modo, il legame indicale emerge a seguito di una modalità di produzione segnica che è quella tipica dell'impronta; la divinità, in altre parole, produce segni nell'universo attraverso contiguità spazio-temporale con esso, e attraverso l'esercizio di una forza che altera in maniera tangibile e duratura la superficie e la materialità mondane esposte allo sguardo dell'uomo. Sarà necessario ricordarsene quando si

toccherà la questione di come queste “forme dell'impronta” non esauriscano la propria aura di motivazione soltanto nell'ambito puramente religioso, ma tramandino anche a tradizioni diverse questo potere, a inclusione di quello che si esprime in funzionamenti segnici indicali molto lontani dalle tradizioni sacre, per esempio quello dell'impronta nel mondo digitale.

5. Indici del volto e indici dello sguardo

Ciò che maggiormente concerne il presente studio, tuttavia, non è tanto la questione, già molto esplorata, di come si trasmetta l'idea di un'immagine del volto divino prodotta dalla divinità stessa, sia direttamente che indirettamente. Un'ampia bibliografia si è accumulata, infatti, intorno all'antropologia e anche intorno alla semiotica di queste immagini. Molto più interessante è invece la questione, meno dibattuta, di quale differenza vi sia fra l'impressione indicale del volto divino e quella dello sguardo della divinità. In effetti, se si osservano molte delle più note raffigurazioni indicali o, meglio, pseudo-indicali del corpo e ancor di più del volto divino, ci si accorgerà che spesso in esse lo sguardo è trascurato o addirittura omesso. Insomma, sembra esservi un'opposizione tra la dinamica che consente a un volto d'imprimersi indicamente e miracolosamente nella materia, e il fatto che questa stessa impronta riguardi lo sguardo all'interno del volto stesso. Nella Sindone, infatti, così come nelle innumerevoli raffigurazioni del velo della Veronica che compaiono in ogni epoca e luogo della cristianità, l'imprimersi del volto è essenzialmente bidimensionale, ovvero si staglia su superfici più che attraverso o entro volumi. Ne risulta che l'impressione miracolosa produce effigi di volti, ma non effigi di sguardi. Il rimando indessicale attraverso legame di contiguità spazio-temporale concerne l'ovale del volto, più raramente il profilo, mentre lo sguardo rimane inespressivo, a volte addirittura vuoto, se non incavato nello sguardo, come se non gli appartenesse di assorbire la stessa energia indicale che l'immagine acheropita trasmette al volto nel suo complesso.

Questa differenza si deve forse al fatto che, mentre il volto divino è

un oggetto cui può riferirsi, sia pure con le mille difficoltà della teologia della rappresentazione, un *representamen* materiale che ne evochi le fattezze immaginarie, lo sguardo divino è un ente non statico bensì dinamico, il quale oltretutto non si configura semplicemente come immagine in movimento ma come funzione. La difficoltà maggiore nel creare una raffigurazione indicale dello sguardo divino, infatti, non dipende dalla staticità dell'immagine, ma invece dal fatto che, mentre del volto della trascendenza si può affermare che esso sia esclusivamente per la contemplazione, senza che gli si richieda operazione alcuna, lo sguardo divino rientra immediatamente in una relazione attanziale, nel senso che s'immagina immancabilmente come operante, come implicato in un'azione di cui il volto non è semplicemente raffigurazione ma dispositivo.

Di qui, dunque, la necessità di rappresentare l'effettualità dello sguardo divino non attraverso configurazioni indicali o iconiche bensì attraverso costruzioni simboliche che rimandino alle sue proprietà e azioni essenziali. Mentre del volto divino importa rappresentare il modo in cui esso è, dello sguardo divino occorre rappresentare ciò che esso fa. Ecco perché non si possono dare rappresentazioni propriamente indicali di tale sguardo, se non nelle poche eccezioni evocate di rappresentazioni musive o di altro tipo delle quali si pensa che possano effettivamente operare nello spazio scopico circostante. Non mancano poi rimandi iconici alle qualità dello sguardo divino, che nella cultura religiosa giudeo-cristiana viene immaginato tipicamente come uno sguardo non sorridente, se non addirittura accigliato, ma comunque mai gaio e sempre invece tendente alla serietà, con sfumature diverse a seconda del soggetto iconografico rappresentato.

Sarebbe interessante condurre un'indagine a tutto campo sul modo in cui lo sguardo di Gesù bambino, a volte incline all'allegria o alla tenerezza, si tramuti poi in quello severo e conscio della propria missione della giovinezza e poi soprattutto dell'età adulta, fino allo sguardo sofferente e rassegnato della Passione. Ma sarebbe anche interessante condurre la stessa indagine a proposito dello sguardo di Dio Padre, sempre piuttosto severo, da comparare con gli sguardi di altri volti raffigurati di tradizioni religiose iconiche differenti (si pensi al sommesso sorriso del Buddha).

Non è questa però l'occasione per farlo. Occorre invece sottolineare

che, nella maggior parte dei casi, lo sguardo divino nella sua operatività è piuttosto evocato simbolicamente, attraverso rimandi segnici in cui prevale la costruzione intellettuale arbitraria più che la raffigurazione iconica o l'illusione indessicale. Tipico ne è il caso dell'Occhio della Provvidenza, simbolo che raffigura un occhio isolato, spesso racchiuso in un triangolo e circondato da raggi di luce o Gloria, destinato a rappresentare la divina provvidenza, esprimendo l'idea che l'occhio di Dio veglia sull'umanità. Un esempio ben noto dell'Occhio della Provvidenza appare sul retro del Grande Sigillo degli Stati Uniti, che è raffigurato sulla banconota da un dollaro.

6. Conclusioni: l'Occhio della Provvidenza da speranza a minaccia

Si apre qui la questione dello slittamento ma anche dell'intreccio semantico fra la Provvidenza di Dio e la Preveggenza divina; la seconda sembra un attributo essenziale della prima, in quanto un Dio che provvede ai bisogni dell'umanità deve necessariamente conoscerli a perfezione in anticipo; tuttavia, il contrario non è sempre vero: non sempre la preveggenza, o più in generale la capacità di tutto vedere in ogni spazio e in ogni tempo, è prerequisito della Provvidenza. In tal caso si esprime nell'ambiguità teologica fra un Dio che tutto vede e provvede e un Dio che tutto vede ma non necessariamente per provvedere, bensì per punire e castigare, lo stesso intreccio semantico che si ritrova nei lasciti laici e secolari del simbolo di questo sguardo monoculare, ad esempio in seno a quelle configurazioni statuali in cui dispositivi scopici invasivi, atti a controllare ogni mossa della cittadinanza, sono invece presentati come necessari strumenti della provvidenza governativa nei confronti della popolazione.

Originariamente l'Occhio della Provvidenza era simbolo cristiano, e i primi esempi del suo uso si possono trovare nell'arte religiosa del periodo rinascimentale come attributo della raffigurazione di Dio. Un primo esempio ne è la *Cena a Emmaus* di Pontormo del 1525, anche se il simbolo stesso fu dipinto più tardi, forse nel 1600. Un'altra fonte chiave del simbolo si ritrova nell'*Iconologia* del Ripa, pubblicato

per la prima volta nel 1593. Nelle edizioni successive, l'occhio della Provvidenza fu incluso come attributo della personificazione della "Divina Provvidenza", cioè della benevolenza di Dio. Come suggeriscono il nome del simbolo e il suo uso iniziale, esso fu inventato come segno della vigilanza compassionevole di Dio sull'umanità.

Oggi troviamo questa configurazione simbolica associata alla volontà di suggerire visualmente la presenza di un potere che, invisibile, tutto controlla e tutto sorveglia, con uno slittamento dalla nozione euforica di un nume previdente e provvidente a quella disforica di un potere pervadente e prepotente. Molte delle espressioni simboliche visive del potere occulto nei media digitali contemporanei, e soprattutto nei social media, danno corso a questa inversione. L'umanità è passata dallo sperare in un occhio che tutto vede al temerlo, e dal temerlo al combatterlo come perno scopico di una teoria del complotto. È questa una delle configurazioni più correnti e al tempo stesso più invasive della mitologia contemporanea, per comprendere la quale, tuttavia, è necessario, come si è cercato di evidenziare in questo breve saggio, rapportarsi agli antichi riti e ai vecchi media che questa nuova mitografia trasforma e spesso sovverte.

Riferimenti bibliografici

- Carey J. (1983) *Irish Parallels to the Myth of Odin's Eye*, "Folklore", 94, II: 214-218.
- Gjessing G. (1940) *The One-eyed God: A Study in Diffusion*, Congrès International des Sciences Anthropologiques et Ethnologiques, Comte-Rendu de la Troisième Session, Bruxelles, Tervuren.
- Kershaw P.K. (1997) *The One-Eyed God: Odin and the (Indo-)Germanic Mannerbunde*, A Dissertation presented to the Faculty of the Graduate School of Cornell University in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of Doctor of Philosophy by May 1997.
- Orlov A.A. (2022) *Embodiment of Divine Knowledge in Early Judaism*, Abingdon, Routledge.
- Pettazzoni R. (1955) *L'onniscienza di Dio*, Torino, Einaudi.

TECNOPAGANESIMO OGGI

UN RE-INCANTO NEI VIDEOGIOCHI

VICTORIA DOS SANTOS, Institute for Philosophical Studies — ZRS Koper

ABSTRACT: Computational media have reached an enormous level of impact in nowadays environment, permeating all the aspects of contemporary society and culture. This digital turn has deeply affected the religious and spiritual spheres, allowing the development of emerging beliefs. One of these cases is technopaganism, a contemporary phenomenon mixing contemporary paganism and cyberculture. In this digital based spirituality, digital games represent one of the most privileged media from which current technopagans, as well as other forms of contemporary pagans, perform their rituals and establish relations with other members. The dynamic and immersive nature of digital games has the power to influence technopagan cultural practices, not only by depicting their sacred spaces and specific narratives, but by allowing their performances to take place. Such technopagan manifestations in digital games are the result of textual cooperation providing a new creative reading of those platforms. At the same time, by mixing religious elements, popular culture, and digital media, technopagan texts manifest the poetic function of language by conceiving the digital place as a vivid and close environment where to develop spiritual journeys and connections with the sacred.

KEYWORDS: Technopaganism, digital games, digital religion, poetic language, reenchantment.

New media and games suffer from a certain degree of indeterminacy: one cannot guarantee that two readers will encounter the same media assets while interacting with a game, or that they will experience them in the same order. Nor can one guarantee that they will observe and attend to the same details of the experience (Bizzocchi e Tannenbaum 2011, p. 272).

I. Introduzione

La presenza online di quasi tutte le religioni è alla base dello sviluppo e della popolarizzazione di molte pratiche religiose, che hanno modificato la loro struttura all'interno della rete virtuale. Questo risulta evidente in particolari cambiamenti delle identità religiose, nelle configurazioni di comunità e di autorità, così come nelle questioni relative all'autenticità delle pratiche rituali che si pongono nel momento di riconfigurare le tecnologie digitali per scopi religiosi, come nel caso di videogiochi (VG) e delle piattaforme immersive di realtà virtuale. Tuttavia, questo coinvolgimento non si riferisce soltanto al modo in cui le religioni possono utilizzare i media per sviluppare le loro pratiche, ma anche a come le tecnologie digitali, ritenute in prima istanza tra le cause del disincanto del mondo, ispirino esse stesse ideologie e pratiche spirituali o religiose.

Nello scenario contemporaneo emergono movimenti ibridi che continuano a sfidare la dialettica tra le pratiche religiose e lo sviluppo tecnologico. Uno degli esempi più conosciuti è il tecnopaganesimo, un fenomeno che comprende una varietà di espressioni legate al paganesimo contemporaneo⁽¹⁾, la cybercultura e attività di natura reli-

(1) Il paganesimo contemporaneo è spesso descritto come una macro-categoria che conserva le tradizioni precristiane, mescolandole con pratiche legate alla magia, alle credenze popolari e alle narrazioni popolari. Alcune espressioni del paganesimo dichiarano di avere un'origine antica o una discendenza ininterrotta con una civiltà estinta, come i Celti. Tuttavia, tali affermazioni mancano tipicamente di accuratezza storica, poiché includono molti elementi di fantasia e rivisitazioni moderne delle antiche civiltà. Il paganesimo di oggi è, quindi, un apparato ricostruito e creativo fondato dalle pratiche e dalle credenze dei suoi stessi membri. Data la sua natura eclettica, è privo di un modo "unificato" di essere considerato come un sistema formale e ordinato. Oggi il neopaganesimo comprende «molti percorsi spirituali diversi e un'ampia varietà di credenze e pratiche» (Butler 2004, p. 109), come la wicca, il druidismo, l'asatru, l'odinismo e così via. Raymond Buckland mostra che la maggior parte di queste tradizioni affonda le proprie radici nell'antropologo dilettante, scrittore e occultista Gerard Gardner (Buckland 2002, p. XIII).

giosa — principalmente rituali — negli ambienti digitali. Il tecnopaganesimo può apparire come una strana composizione di due categorie diverse, anche radicalmente opposte. Il prefisso “tecno” e la radice “paganesimo” ci invitano a riflettere su come le tecnologie computazionali e le forme religiose alternative al monoteismo giudeo-cristiano si uniscono come manifestazione della nostra realtà contemporanea interconnessa. Secondo Heidi Campbell (2005, p. 58, mia traduzione), il tecnopaganesimo «è un termine generico che copre una varietà di credenze e pratiche dall’adorazione delle divinità panteistiche alla stregoneria. È una pratica religiosa che cerca di ritualizzare coscientemente il cyberspazio».

In questa dinamica dove la sfera online è fortemente legata a fenomeni che possiamo intendere come religiosi, i VG ed i mondi immersivi di realtà virtuali stanno diventando dei veri e propri media dove i cosiddetti tecnopagani hanno trovato lo scenario più versatile per organizzarsi, mostrarsi ed esprimere le proprie performance. La ragione per tutto ciò è probabilmente da ricercarsi nel fatto che alcune caratteristiche solitamente presenti in tali realtà — come ad esempio le interfacce immersive e lo storytelling, nonché la possibilità di personalizzare sia il mondo virtuale che l’avatar del giocatore — sono in grado di esprimere la soggettività ed incoraggiare esperienze intime di forte valore personale, come quelle religiose.

Questo saggio vuole mostrare come i VG e le piattaforme di realtà immersive⁽²⁾ — anche concettualizzate come comunità virtuali 3D — siano, nella contemporaneità, tra i media più utilizzati da persone che si identificano come tecnopagane o da individui che vivono il paganesimo contemporaneo nel digitale. Nel caso dei VG, questi vengono sempre più considerati come un luogo di attualizzazione e di sviluppo religioso e spirituale (Tsuria *et al.* 2017), dove gli individui possono esplorare e portare avanti le proprie credenze, ma anche aprirsi a nuove opportunità di manifestazioni religiose (*ibidem*) più caratteristiche, come

(2) Anche se le piattaforme di realtà immersive non possono essere considerate come videogiochi, così come hanno già assicurato i creatori di Second Life (Gent 2021), in questi mondi virtuali c’è generalmente una dinamica ludica al momento di costruire il proprio spazio, conoscere altri utenti, generare contenuto o creare gli avatar. Per gli obiettivi di questo articolo, sia i VG che le comunità virtuali 3D saranno trattati secondo la stessa teoria e saranno considerati come media dove emerge e si sviluppa il tecnopaganesimo.

nel caso del tecnopaganesimo. Inoltre, il contenuto religioso di entrambi i media coinvolge tutti i tipi di pratiche e narrazioni, creando nuovi miti, proponendo nuovi luoghi di culto, e sfidando nozioni tradizionali come lo spazio sacro ed i rituali.

È quindi importante sottolineare come la permeazione dell'innovazione tecnologica in un ambito così universale come quello religioso abbia significato una distorsione nell'ambito della rappresentazione così come dell'esperienza, producendo nuovi oggetti di analisi e rivelandosi quindi di importanza capitale per la semiotica. Le religioni che utilizzano i media digitali come strumenti e quelle che abitano i media digitali come un altro ambiente si stanno rivelando ricchi e interessanti oggetti di studio. Questo saggio sarà indirizzato soprattutto all'analisi del secondo scenario, a partire delle teorie di Umberto Eco e Julia Kristeva.

2. Un costante re-incanto: fra paganesimo e tecnologia

Studiosi come Mike King, Brenda Basher e Jennifer Cobb hanno già descritto, decenni fa, i media computazionali come una dimensione che potrebbe offrire interessanti possibilità spirituali e religiose. Da alcuni, Internet veniva considerato come la prima manifestazione della "Noosfera" di de Chardin⁽³⁾. Per altri, come Margaret Wertheim (2000), il cyberspazio fornisce alla psiche umana uno spazio per rivelarsi ed evolversi grazie alla sua condizione virtuale. In questo senso, quella componente magica e cosmologica che sembrava essere scomparsa durante la modernità è stata riproposta all'interno di una delle più grandi innovazioni tecnologiche dell'umanità: la macchina digitale.

I numerosi sforzi per costruire elettronicamente il sacro (Brasher 2001, p. 4) si sono materializzati nella progressiva "digitalizzazione" della quasi totalità delle religioni istituzionalizzate, ma anche di altri movimenti e spiritualità meno tradizionali. Diversi studi hanno dimostrato come il neopaganesimo non sia solo una delle prime religioni a portare le proprie credenze e rituali nel cyberspazio (Davis 2015) ma anche come abbia rappresentato il gruppo religioso più attivo sul

(3) «una sorta di ecosistema mentale destinato a unire in una perfetta sintonia l'umanità» (Vecoli 2013, p. 33).

“territorio” digitale (Brasher 2001) quando la rete non era ancora un fenomeno di massa. In effetti, mentre nelle tradizioni religiose fortemente istituzionalizzate le tecnologie computazionali potrebbero essere viste semplicemente come uno strumento per svolgere attività preesistenti, per altre religioni con una struttura più fluida, come quelle che provengono dal neopaganesimo, «il cyberspazio presenta opportunità più interessanti per l’innovazione» (Cowan 2005, p. 23, mia traduzione) consentendo letture più trasgressive ed interrelazioni sincretiche con altre espressioni culturali. Secondo Rosi Braidotti, è stata la ricerca di nuovi rituali e cerimonie quello che ha reso possibile l’integrazione e l’espansione del pagano verso la cybercultura degli anni ’90” (Braidotti 2002).

Come conseguenza della crescente presenza di gruppi neopagani nella sfera virtuale, negli anni Novanta è emerso il termine tecnopaganesimo. In generale, le persone che affermano di essere parte di questo fenomeno si sentono libere di riorganizzare o reinventare aspetti della loro vita spirituale, nella maggior parte dei casi attraverso una sorta di “animismo tecnologico” o “tecnoanimismo” (Davis 2015, p. 443, mia traduzione) nei confronti delle macchine e dei dispositivi tecnologici. Nel suo famoso articolo “Technopagans” su *Wired*, Erik Davis ha definito il praticante tecnopagano come «un partecipante in una sottocultura piccola ma vitale di servitori digitali, che tiene un piede nell’emergente tecnosfera e l’altro nel mondo selvaggio ed impenetrabile del Paganesimo». Per i tecnopagani, «il mondo postmoderno dei simulacri digitali è adatto per le competenze premoderne delle streghe e dei maghi» (*ibidem*).

Tuttavia, il tecnopaganesimo non può ancora essere considerato un concetto standardizzato, a causa di tutti i diversi significati inclusi nel termine. Non avendo un’origine singolare o una struttura definita, questo fenomeno riflette in certo senso la tecnologia digitale: una tecnologia che definisce un’epoca caratterizzata dal fluido, dall’ibrido e dal simultaneo. Rispetto alla ambiguità relativa alla nozione del tecnopaganesimo, è possibile rilevare due variabili in grado di chiarire le diverse manifestazioni ed il conseguente sviluppo del termine.

Nel primo caso, abbiamo soggetti che sono diventati “pagani” quando si sono addentrati nella tecnologia informatica. Questo era

comune durante la cybercultura degli anni '90, sviluppata principalmente nella Silicon Valley, in cui i programmatori concepivano il cyberspazio come “quell'altro luogo” in cui manifestare la magia e raggiungere la riconnessione spirituale⁽⁴⁾. Davis definisce questi individui come tecnopagani perché, nelle loro pratiche, intrecciano il digitale con elementi comuni della premodernità, come la magia ed il soprannaturale. Molti di questi tecnopagani lavoravano in campi tecnici, come programmatori o ingegneri informatici, unendo la tecnologia digitale a pratiche e rituali magici. A questo gruppo può essere associato Mark Pesce, uno dei più famosi rappresentanti del tecnopaganesimo che si è dedicato a sviluppare le sue credenze attraverso il linguaggio di programmazione⁽⁵⁾. Secondo Pesce, «I computer possono essere sacri come noi, in quanto possono incarnare la nostra comunicazione con gli altri e con le entità — le parti divine di noi stessi — che invociamo in quello spazio» (Davis 1995).

Nel secondo caso, il tecnopaganesimo risulta il riadattamento online di varie correnti neopagane (Cowan 2005; Campbell 2017, pp. 228–234). In questo caso, i pagani considerano tutte le potenzialità “magiche” della rete — la sua virtualità — così come le sue possibilità di segretezza, discrezione e l'azzeramento delle distanze geografiche⁽⁶⁾. In altre parole, questa “ondata” di tecnopagani ha identificato nel mezzo digitale lo scenario ideale per il proprio sviluppo nonché per la diffusione, in assenza di limiti geografici o legati alle autorità, facilitando così gli incontri tra i partecipanti indipendentemente dalla loro posizione. La nozione di tecnopaganesimo può essere facilmente applicata a questi

(4) Questi scenari, infatti, mettono in discussione molte delle tesi della secolarizzazione — intesa come una continuazione della tesi di Max Weber sul “disincanto del mondo” (1978 [1921], p. 506). Tuttavia, se lo sviluppo della secolarizzazione è stato inteso come una conseguenza diretta dell'innovazione tecnologica — dal momento che «la tecnologia stessa è l'incapsulamento della razionalità umana» (Wilson 1976, p. 88) — perché alcuni fenomeni mistici e religiosi della contemporaneità sono nati dalla tecnologia digitale? Considerando questi fenomeni, l'attuale rapporto tra l'uomo e l'innovazione tecnologica non rappresenterebbe una disconnessione con la sfera del religioso o del soprannaturale.

(5) Per avere un'idea del rituale cybersciamano, si veda: <http://hyperreal.org/~mpesce/samhain/ritual.html>.

(6) Ricordiamo che non tutti i membri di questi percorsi potrebbero avere la possibilità di svolgere rituali in spazi naturali aperti e tranquilli. A causa dei tabù religiosi, anche la possibilità di creare un altare o uno spazio sacro potrebbe essere vista come problematica.

casi dato che l'inclusione del "mondo delle macchine" è qualcosa che il paganesimo contemporaneo ha abbracciato nel suo complesso⁽⁷⁾. Per esempio, secondo l'ADF–Technopagan Special Interest Group⁽⁸⁾:

Il tecnopaganesimo, [...] può riferirsi a varie accezioni diverse dell'incorporazione della tecnologia e della vita moderna nelle espressioni religiose neopagane. [Implica] la comprensione che il mondo spirituale e naturale non finiscono dove inizia l'umanità. Poiché gli esseri umani sono naturali, anche ciò che gli esseri umani creano è naturale. Chi è in sintonia con questo concetto può vedere un riflesso dello spirito negli edifici, nelle strade, nelle automobili, nei computer e in molti altri oggetti della vita moderna.

È importante sottolineare che entrambi i casi sono in realtà correlati. Molti tecno–geeks o ingegneri informatici degli anni '80 e '90 erano già coinvolti nei percorsi neopagani a causa delle loro visioni interconnesse del mondo, nonché della loro libertà esplorativa. Per alcuni, ciò è dovuto alla rivoluzione culturale degli anni '60, dove l'influenza della psichedelia era fiorente, stimolando diverse concezioni della realtà. Sia la "stregoneria" che la tecnologia informatica rappresentavano un ambiente in cui gli esseri umani potevano sviluppare la loro creatività.

Sebbene la nozione di tecnopaganesimo abbia iniziato a perdere popolarità durante il primo decennio degli anni 2000, le persone che si riconoscono come tecnopagane continuano ad abitare tutti i tipi di piattaforme, come comunità virtuali 3D e VG, «spostando la visione strumentale della tecnologia informatica in un territorio "vissuto" di potenzialità spirituali» (Dos Santos 2021, p. 115). Tuttavia, ciò che descrive meglio l'attuale condizione tecnopagana è la sua intertestualità e la sua apertura alla costruzione ed alla partecipazione creativa degli individui, come si manifesta implicitamente in una varietà di testi. Risulta anche importante chiarire che neopagani di ogni genere, ma

(7) Come è già stato sottolineato, durante l'ascesa della tecnologia informatica e di Internet «c'era un'interessante affinità tra il paganesimo contemporaneo e la tecno–cultura. [...] nel lavoro etnografico di molti ricercatori pagani come Margot Adler e T. M. Luhrmann, molte delle comunità pagane e dei soggetti da loro studiati avevano a che fare con i settori tecnici e i computer» (Dos Santos 2021, pp. 114–115).

(8) <https://sites.google.com/site/adftechnopagan/>, mia traduzione.

anche membri di altri percorsi religiosi, possono mostrare somiglianze familiari con quello che si intende come tecnopaganesimo. In particolare questo ha luogo se essi seguono una relazione animista⁽⁹⁾ con i media digitali quando sono immersi in pratiche di natura religiosa.

A tal proposito, il tecnopaganesimo può essere visto come una sorta di re-incanto (Aupers 2009) e, dal punto di vista semiotico, come una manifestazione di quello che Julia Kristeva intendeva come linguaggio poetico⁽¹⁰⁾, poiché trascende i significati denotativi e referenziali delle piattaforme digitali come un semplice strumento d'informazione. L'elemento poetico è presente in quanto impone il suo carattere "ludico" sfidando la norma (Kristeva 1978, p. 67) e rifiutando imposizioni ideologiche o strutturali. In tal modo, le dinamiche di eterogeneità, interconnettività e apertura della funzione poetica liberano il linguaggio dall'automatismo, arricchendo il processo di significazione, desiderio e coscienza (Kristeva 1980, p. 24).

La nozione di "poetico" proposta da Kristeva considera anche quella di Jakobson, per cui la funzione poetica è caratterizzata dal ritmo, inteso come variazione libera nella realizzazione del verso che determina il disegno del testo poetico e la sua essenza multipla e polisemica (Jakobson 1960, p. 370). Questa funzione promuove "la palpabilità dei segni" (*idem*, p. 356, mia traduzione) e "non può limitarsi al campo della poesia" (*ibidem*). Pertanto, ogni discorso in cui la materialità del linguaggio rappresenta, da un punto di vista fenomenologico, un elemento cruciale per l'atto dell'enunciazione, può essere considerato poetico. Anche Paul Valéry condivide un pensiero simile quando assicura che «esiste un linguaggio poetico in cui le parole non sono più parole di libero uso pratico. [...] sono cariche di due valori diversi di uguale importanza che operano simultaneamente: il loro suono e il loro effetto psichico istantaneo» (Valéry 1985 [1937] p. 104, mia traduzione).

(9) La nozione di animismo può essere intesa come «una strategia relazionale in cui gli esseri e gli ambienti non sono ontologicamente separati, anche se mostrano di avere tra loro diversità distintive e chiare. Nel paganesimo, tale sensibilità animistica si esprime nel modo in cui i pagani si relazionano con le altre entità (non umane) e nel modo in cui sperimentano e concepiscono i domini di apprezzamento rituale e spirituale» (Dos Santos 2021, p. 108).

(10) Il linguaggio poetico può essere definito come il linguaggio della materialità in contrapposizione a quello della trasparenza, in cui la parola è dimenticata a vantaggio dell'oggetto o del concetto designato (Roudiez 1980, p. 5).

Nel tecnopaganesimo, il linguaggio poetico può essere concepito come quella condizione che permette di rivalorizzare il digitale attraverso pratiche che possono essere intese come religiose, stabilendo nuove connessioni semantiche. Il tecnopaganesimo è una manifestazione del linguaggio poetico, poiché trascende i significati denotativi e referenziali delle piattaforme digitali come semplici strumenti di informazione. Re-territorializzare un rito o una festività da un territorio geografico a uno spazio ludico virtuale — come un videogioco — implica la costruzione di un nuovo territorio in cui non esistono regole fisse che regolano tali pratiche. Le uniche regole esistenti sono quelle che delimitano le potenzialità della piattaforma digitale. Nel seguito vedremo alcuni esempi di performance religiose legate al paganesimo contemporaneo che fanno uso di piattaforme quali le comunità virtuali immersive o i VG e che possiamo quindi intendere come tecnopagane.

3. Tecnopaganesimo oggi: un altro sguardo ai videogiochi e alle comunità virtuali immersive

Considerando l'influenza che i media informatici hanno avuto nell'articolazione delle pratiche sociali e culturali, i VG sono, probabilmente, i media che hanno avuto il maggiore impatto sulla costruzione e sull'espressione delle soggettività, nonché su aspetti intimi come la religione. Molti credenti di religioni tradizionali e non tradizionali hanno utilizzato i VG come mezzo per condividere, rappresentare e praticare le loro fedi e le loro ispirazioni spirituali. Questo può essere visto in diversi modi: i VG possono riflettere o rappresentare alcune caratteristiche o elementi presenti nei rituali⁽¹¹⁾, possono esprimere il simbolismo religioso e possono essere articolati a partire da narrazioni religiose o miti. Queste categorie di analisi potrebbero aiutare a localizzare le narrazioni tecnopagane, così come le credenze e le pratiche associate a

(11) Come sostiene Rachel Wagner (2012), i giochi si intersecano direttamente con la religione attraverso il simbolismo o l'assomigliare a luoghi di valore spirituale, ma spesso è il gioco stesso che si costituisce come spazio sacro, rivestendone numerose caratteristiche e funzioni simboliche e ideologiche.

ciò che è il tecnopaganesimo, nei VG. Tuttavia, è importante chiarire che tali categorie non sono esclusive del fenomeno tecnopagano e possono essere adattate ad altre religioni o spiritualità che si manifestino sui VG.

Molti di questi giochi si ispirano alle narrazioni di alcune civiltà politeiste o panteiste, accogliendo i giocatori in eventi di natura straordinaria. Il “gioco” diventa una strategia epistemologica importante per relazionarsi con “il religioso” (Aupers e Schaap 2015). È comune vedere simboli sacri, elementi magici e grimori, insieme a dei e dee appartenenti a diverse tradizioni. “Skyrim”, ad esempio, permette al giocatore di interagire con alcune rappresentazioni di antiche divinità norrene e di immergersi in paesaggi rituali abitati da creature magiche come elfi e draghi. Anche “World of Warcraft” è un eccellente e popolare caso studio che integra antiche narrazioni religiose, magia e visioni mistiche del mondo. Un altro esempio interessante è “Hellblade: Il Sacrificio di Senua”, che ci porta in un universo di mitologie celtiche e norrene.

In questi esempi è possibile riscontrare un insieme di folklore, elementi mitici di antiche civiltà e narrazioni fantastiche, così come allusioni a rituali e pratiche magiche che risuonano con determinate tradizioni religiose esistenti. Ci troviamo quindi di fronte ad una pratica comune nell’ambiente spirituale contemporaneo, che offre ai giocatori l’opportunità di sperimentare “l’incanto” senza “convertirsi” a una particolare religione o movimento spirituale (Aupers e Schaap 2015, p. 191). L’aspetto religioso si identifica soprattutto in un fattore estetico — segni e costruzioni visuali che evocano l’immaginario di certe culture — o nella narrativa del “gameworld”, senza che necessariamente gli utenti vivano quanto accade nel gioco come una esperienza spirituale di cui sono consapevoli. In questo caso è possibile trovare somiglianze con il pensiero neopagano — presente nella cultura popolare — in quanto i neopagani romanticizzano il premoderno⁽¹²⁾ e sono profondamente coinvolti nell’animismo, nel politeismo e nella “religione della natura”, con un’enfasi sui rituali magici (*idem*, p. 192).

(12) Tra gli elementi presenti nella narrativa di questa categoria di VG, i seguenti sono particolarmente vicini alla sensibilità che caratterizza il movimento neopagano: ideali romantici di un antico passato, moderne re-immaginazioni di culture non più esistenti e un “pastiche” di elementi appartenenti a diverse religioni.

Oltre a coinvolgere l'utente in ambienti e narrazioni religiose, molti VG permettono ai credenti di praticare e sviluppare le loro credenze, funzionando più come un mezzo per l'esperienza della propria spiritualità che non come una mera rappresentazione. Possiamo trovare opzioni come "Minecraft", un gioco a mondo aperto⁽¹³⁾ dove sono gli utenti stessi a decidere che cosa vogliono fare mentre attualizzano l'universo ludico in base alle loro credenze religiose. Eseguendo rituali, organizzando incontri o semplicemente costruendo spazi sacri, i giocatori sono capaci di creare una comunione più intima con i loro percorsi religiosi.

"Minecraft"⁽¹⁴⁾ è un gioco particolarmente interessante perché l'utente può costruire liberamente il proprio mondo mentre lo esplora. Il gioco offre la possibilità di progettare altari e templi religiosi, permettendo al giocatore non solo di abitare il territorio ma anche di modificarlo secondo le proprie intenzioni. Il suo grado di apertura è tale che qualsiasi giocatore può disegnare il suo proprio mondo e, come «tutte le volte che le cose sono aperte, le persone religiose tendono ad usarle per esprimere loro stesse»⁽¹⁵⁾. Ciò permette di ricreare spazi per attività religiose trasformando il gioco virtuale in uno "spazio sacramentale" (Campbell 2004) grazie all'adattamento di simboli, rituali e pratiche all'interno della narrativa degli ambienti virtuali.

Questo si può vedere con varie religioni come le giudeo-cristiane, l'induismo e il buddismo, ma è particolarmente evidente nelle pratiche neopagane sviluppate in questa piattaforma, in quanto i giocatori sono in grado di dare libero sfogo alle proprie capacità creative. Possono ad esempio fare offerte in un pantheon ellenico⁽¹⁶⁾, onorare una divinità,

(13) Anche conosciuti come "giochi sandbox". VG come "Skyrim" e "The Legend of Zelda" appartengono a questa categoria. Tuttavia, e a differenza di altri giochi "sandbox", "Minecraft" offre un ottimo livello di partecipazione e libertà ospitando praticamente qualsiasi religione.

(14) Creato nel 2009 dal programmatore svedese Markus "Notch" Persson, e pubblicato nella sua versione definitiva nel 2011 dalla Mojang, "Minecraft" è stato un grande successo, raggiungendo il record assoluto nella storia del mercato videoludico con 176 milioni di copie vendute. "Minecraft" è un gioco a mondo aperto che consente di implementare qualsiasi idea. Gli utenti possono creare i propri mondi e le proprie esperienze, utilizzando blocchi da costruzione, una varietà di risorse e la propria creatività.

(15) Sito web: <https://eu.usatoday.com/story/news/nation/2018/02/06/if-you-build-they-pray-constructing-religious-worlds-minecraft/312030002/> (mia traduzione).

(16) Si veda ad esempio il caso di un tempio in "Minecraft" con offerte dedicate al pantheon Greco. L'utente commenta: «Stavo giocando a "Minecraft" e ho deciso di costruire alcuni

costruire un altare o eseguire rituali magici: gli utenti progettano il loro mondo e la loro etica religiosa dall'interno dei territori di "Minecraft". Per alcuni utenti, anche costruire strutture sacre o vivere circondati dagli ecosistemi⁽¹⁷⁾ "naturali" della piattaforma è un modo per manifestare i propri desideri e rafforzare il legame con il sacro. Un utente lo descrive perfettamente su un forum di "Minecraft":

Se siete come me e siete bloccati in un ambiente piuttosto urbano, con forniture e strumenti tradizionali di stregoneria limitati, avete imparato ad adattarvi e ad arrangiarvi. La tecnologia mi è molto vicina e cara, ADORO i nuovi gadget e tutto ciò che riguarda i computer. Quindi, combinare il mio amore per la tecnologia e la stregoneria è un gioco da ragazzi. Ciò che la rende così interessante è la sua accessibilità e facilità, perché, diciamo così, le nostre vite ruotano intorno a Internet e alla tecnologia.⁽¹⁸⁾

Nell'ambito di pratiche religiose o esperienze spirituali in mondi virtuali, è necessario includere specialmente le piattaforme di realtà immersive, dove gli utenti hanno la possibilità di progettare la vita attraverso il proprio avatar e di stabilire relazioni con altre persone con interessi simili. Alcuni degli spazi più ricorrenti per praticamente qualsiasi tipo di religione sono piattaforme come "Second Life", "VRChat", e "AltSpaceVR". Permettendo di creare un avatar personalizzabile ed essendo basate su un forte processo di interazione, queste piattaforme consentono all'utente di sviluppare pratiche di natura religiosa (Boellstorff 2008), dove il ruolo del corpo è cruciale: pregare nei templi, celebrare rituali, creare spazi sacri, relazionarsi con altri membri del gruppo, ecc. Inoltre, l'avatar non funziona solo come un'estensione degli utenti, ma anche come un processo che consente di esprimere esteticamente le loro trasformazioni e i loro desideri.

templi per le mie divinità protettrici. Le tramogge per le offerte si collegano a un forziere sottostante, così posso semplicemente gettarvi degli oggetti» (<https://owlishwitch.tumblr.com/post/641764524486246400/was-playing-minecraft-and-decided-to-make-some>).

(17) Foreste, montagne, diverse specie di animali, fenomeni naturali, ecc.

(18) Sito web: https://www.spellsofmagic.com/read_post.html?post=856219 (mia traduzione).

“Second Life”⁽¹⁹⁾, nonostante sia presente dal 2003 sul web ed inizi a diventare obsoleto, possiede una notevole quantità di casi studio che permettono una profonda riflessione sullo sviluppo religioso e spirituale degli utenti attraverso i loro avatar. Grazie alla sua molteplicità di mondi e alle sue inesauribili fonti di ispirazione, questa piattaforma permette all’utente di fare esperienza del religioso mentre vive e transita attivamente nel territorio digitale. Su “Second Life”, i neopagani godono di un’ampia rete dove innumerevoli gruppi o praticanti solitari celebrano i loro rituali, costruiscono i loro spazi sacri, acquistano gadget religiosi nel Marketplace ufficiale di “Second Life” e partecipano anche a celebrazioni che esistono nel mondo reale. Nel “Wiccan Learning Center”⁽²⁰⁾, ad esempio, i membri possono leggere libri e persino imparare a preparare un altare. Qualcosa di simile accade nei “Children of Artemis”⁽²¹⁾, un *coven* — cioè un gruppo organizzato di pagani — creato per mettere in contatto persone con lo stesso interesse spirituale al fine di assistere o partecipare a feste religiose.

I casi dei praticanti solitari sono anche molto interessanti perché riescono a esprimere i loro desideri attraverso una molteplicità di opzioni tra cui scegliere, combinare e costruire i corpi dei loro avatar, così come dei loro spazi sacri. Dana Price, una utente di “Second Life”, si definisce come tecnopagana dato che è in grado di connettersi con gli altri e con la divinità attraverso il cyberspazio⁽²²⁾. Può anche attivare animazioni specifiche — come la preghiera, o cliccare sull’altare per accendere le candele — in modo da creare un’esperienza più coinvolgente. Il suo spazio sacro contiene una varietà di elementi simbolici pagani che, pur rimanendo fedeli alla sua religione, includono anche un notevole livello di personalizzazione e sincretismo.

(19) Creato nel 2003 da Linden Lab, Second Life è un metaverso in 3D in cui il contenuto dell’intero mondo virtuale viene generato dai residenti. Il sistema fornisce gli strumenti per aggiungere alla piattaforma di Second Life contenuti grafici permettendo di creare, anche in collaborazione con gli altri utenti, qualsiasi cosa.

(20) Wiccan Learning Center webpage: <https://secondlife.com/destination/wiccan-learning-center>.

(21) Children of Artemis webpage: <https://witchcraft.org/secondlife/>.

(22) Frase tratta dal video Youtube di Dana Price “Una Introduzione al Tecnopaganesimo”, minuto 0:16: https://www.youtube.com/watch?v=4eTCP_io4K4.

A questo proposito, si può affermare che i VG e le comunità virtuali possiedono un gran potenziale per lo sviluppo del tecnopaganesimo. Da un lato, osservando come alcuni VG coinvolgano narrative religiose che evocano emozioni estetiche profonde, essi «tendono a fare riferimento a valori e credenze pagane o neopagane prima di ogni altra cosa» (Campbell 2004, p. 21, mia traduzione). Come afferma Ryan Tanaka, «ci sono innumerevoli allegorie pagane e riferimenti a ideali e valori neopagani nel mezzo che meglio incarna la combinazione di tecnologia e narrazioni spiritualiste: i videogiochi»⁽²³⁾. D'altro canto, i membri delle comunità tecnopagane abitano sempre più spesso l'ambiente dei VG e delle piattaforme di realtà immersive quando si tratta di celebrare rituali, incontrarsi con altri membri o costruire uno spazio sacro, ovvero al momento di praticare attivamente e consapevolmente le loro credenze.

Le manifestazioni tecnopagane nei VG non sono altro che il risultato di una cooperazione testuale che fornisce una nuova lettura del testo religioso. In altre parole, un atto di scrittura. Il modello pragmatico dell'interpretazione cooperativa di Umberto Eco (1962) può aiutarci a evidenziare come l'utente concepisca le potenzialità dei territori virtuali per manifestare i discorsi religiosi. Le relazioni intertestuali tra la piattaforma digitale e il fenomeno religioso possono formare connessioni interessanti, permettendo la nascita di nuove pratiche derivanti da interpretazioni cooperative.

L'utente, quindi, acquisisce la qualità di Lettore Modello per il suo ruolo essenziale nel processo di meaning-making, contribuendo alla attualizzazione del mondo virtuale. L'utente diventa anche un Autore Modello, proponendo agli altri partecipanti una lettura alternativa dello spazio digitale, come luogo in cui svolgere e sperimentare attività religiose. Il valore di tali pratiche, infatti, non si baserà sui contenuti — significati esistenti — ma piuttosto sui processi attraverso i quali l'esperienza è stata prodotta: le dinamiche intertestuali che portano una performance rituale online. Come sosteneva Eco, «un testo è un prodotto la cui sorte interpretativa deve far parte del proprio meccanismo generativo» (Eco 1979, p. 54).

(23) Sito web: <https://www.ribbonfarm.com/2015/05/13/technopaganism-and-the-newer-age/> (mia traduzione).

Considerando quanto detto sopra, è nella dinamica intertestuale⁽²⁴⁾ che si producono le relazioni che costituiscono il tecnopaganesimo e si può valutare il ruolo dei soggetti nello stabilire tali connessioni. La nozione di “trasposizione” di Kristeva può essere utile anche per quanto riguarda il tecnopaganesimo. L’autrice definisce la trasposizione come «la capacità del processo di significazione di passare da un sistema di segni a un altro, di scambiarli e permutarli [...]. Implica l’abbandono di un precedente sistema segnico, il passaggio a un secondo attraverso un intermediario istintuale comune ai due sistemi e l’articolazione del nuovo sistema con la sua nuova rappresentabilità» (Kristeva 2002, p. 48, mia traduzione). Questo concetto può essere particolarmente utile per comprendere il tecnopaganesimo non come una semplice migrazione da un sistema di segni a un altro, ma come un processo di trasposizione che comporta traduzioni, ibridazioni e reinterpretazioni. Nei testi tecnopagani l’utente/lettore contribuisce ai processi di significazione assegnando altri usi alle piattaforme digitali — come i VG — e altri modi di sperimentare il religioso.

Allo stesso tempo, è possibile osservare come la condizione poetica emerge da questi modi di interagire con le piattaforme digitali, che non rispondono all’uso comune ma sono invece il risultato della sua interazione con altri testi (Kristeva 1986, p. 28). Stabilire uno spazio sacro in un videogioco e celebrare un rituale per onorare la Dea Madre in una comunità virtuale non costituiscono usi regolari di queste piattaforme o dei modi tradizionali di sviluppare certe pratiche e, quindi, non rappresentano dei modi comuni in cui si manifesta il linguaggio. Dato che si tratta di pratiche di trasposizione da un sistema all’altro — considerando che tali pratiche erano già presenti nel contesto offline — queste tecnologie stanno acquisendo dimensioni diverse grazie al lavoro cooperativo degli utenti nell’introdurre nuove pratiche nel digitale. Pertanto, coinvolgendo altre strutture, significati e attori, la dinamica intertestuale facilita l’emergere del linguaggio poetico.

(24) La nozione di intertestualità implica che il testo non sia più considerato un blocco chiuso in se stesso. «Da tali meccanismi combinatori a livello di sintagmi e lessemi si genera un testo che non può perciò essere trattato come un monolite, impermeabile a qualsivoglia compenetrazione» (Vidotto 2014, p. 202).

È tuttavia importante considerare che l'interpretazione di questi spazi ha dei limiti che dipendono dall'interfaccia della piattaforma e da altri aspetti legati alla narrazione e all'estetica. Anche se l'esperienza religiosa — che identifichiamo come tecnopagana — è il risultato della pratica di lettura/scrittura del giocatore, tali discorsi sono possibili solo grazie al potenziale di queste piattaforme, che permettono la produzione di pratiche di natura religiosa.

4. Conclusioni

Come evidenziato in precedenza, i media computazionali contengono una sostanza tutt'altro che artificiale o meramente strumentale. In questo scenario, i media digitali stanno sfidando alcune teorie della secolarizzazione che interpretano le innovazioni tecnologiche come un anatema per la pratica religiosa (Campbell 2014, p. 4). In realtà, invece di estinguere la religione, il digitale colpisce le espressioni religiose tradizionali non solo attraverso nuove credenze, ma anche attraverso altri modi di riconoscere ciò che intendiamo come religioso.

Ulteriori riflessioni ed esplorazioni sulla religiosità digitale consentono quindi di approfondire tutte quelle condizioni presenti nella contemporaneità che hanno permesso a fenomeni come il tecnopaganesimo di emergere. Quando si fa riferimento al tecnopaganesimo come ad un'espressione della contemporaneità, lo stesso potrebbe essere percepito non solo come una manifestazione — o posteriore evoluzione — del paganesimo contemporaneo ma come un altro modo di vivere la religione o di considerare i desideri spirituali attraverso la mediazione della tecnologia digitale. Il riconoscimento di questi discorsi potrebbe facilitare la comprensione di come il sacro venga percepito oggi nelle società contemporanee mediate dal digitale, nonché di come gli individui eseguano pratiche intime e personali come quelle religiose in un universo in cui vengono riconsiderati concetti come materialità, tempo e spazi.

Considerando che non tutti i riferimenti religiosi nei VG implicano una affiliazione vera e propria da parte dell'utente, il tecnopaganesimo è generalmente espresso da rituali e altri atti di valore spirituale. Tali manifestazioni possono aver luogo soltanto attraverso la riappropriazione

delle piattaforme virtuali da parte degli utenti. In tal senso, le espressioni religiose non possono emergere da nessun obiettivo preliminare del gioco. In altre parole, quando la relazione tra soggetto e “gameworld” esteriorizza sensibilità spirituali e pratiche intime senza necessariamente far parte dell’universo narrativo di un VG, allora possiamo dire che tutte quelle pratiche seguono la funzione poetica del linguaggio — che è contraria al disimpegno ordinario e automatico del linguaggio. Nei testi di “Minecraft” e “Second Life” esaminati precedentemente il modo in cui un utente sviluppa un rituale o uno spazio sacro, sfidando gli usi normativi o comuni di quelle piattaforme, determina come l’utente stesso traduce lo spazio virtuale e, quindi, come si riappropria delle piattaforme digitali per lo sviluppo della propria spiritualità.

Potremmo quindi concludere che, per via delle loro potenzialità di culto, i VG stanno diventando un luogo privilegiato — e anche necessario — per fenomeni che possono essere intesi come tecnopagani, coinvolgendo l’immaginario religioso in modi significativi. Risulta pertanto necessario intensificare l’esplorazione sull’influenza che la rete ha nei confronti dei nostri spazi più intimi, non come qualcosa che avverrà in un possibile futuro, ma come un processo che ci sta già accompagnando.

Riferimenti bibliografici

- Aupers S. (2009) *The Force is great: Enchantment and Magic in Silicon Valley*, “Masaryk University Journal of Law and Technology”, 3, 1: 153–173.
- Aupers S. e J. Schaap (2015) *Beyond Belief: Playing with Pagan Spirituality in World of Warcraft*, “Heidelberg Journal for Religions on the Internet”, 7: 190–206.
- Bizzocchi J. e J. Tanenbaum (2011), “Well read: Applying close reading techniques to gameplay experiences”, in D. Davidson *et al.* (a cura di), *Well played 3.0. Video games, value and meaning*, ETC Press, Pittsburg, 289–313.
- Boellstorff T. (2008) “A Companion to the Anthropology of the Body and Embodiment”, in F.E. Mascia–Lees (a cura di), *Placing the Virtual Body: avatar, chora, cypherg*, Wiley–Blackwell, Chichester, 504–520.

- Braidotti R. (2002) *Metamorphoses: Towards a Materialist Theory of Becoming*, Polity Press, Cambridge.
- Brasher B. (2001) *Give me that online religion*, Jossey-Bass, San Francisco.
- Buckland R. (2002 [1986]) *Buckland's Complete Book of Witchcraft*, Llewellyn Publication, Woodbury.
- Butler J. (2004) "Neo-Pagan Ritual Practice as Visual Culture and Creative Expression of Identity", in U. Kockel e M. N. Craith (a cura di), *Communicating Cultures*, LIT Verlag, London, 107-128.
- Campbell H. (2004) "The Internet as Social-Spiritual Space", in J. Mackay (a cura di), *Netting Citizens*, St. Andrew's Press, Edinburgh, 208-231.
- Campbell H. (2005) *Exploring Religious Community Online: We are One in the Network*, Peter Lang, New York.
- Campbell H. (2017) *Religious communication and technology*, "Annals of the International Communication", 41, 3-4: 228-234.
- Campbell H. e G. Grieve (2014) "What playing with religion offers digital games studies", in H. Campbell e G. Grieve (a cura di), *Playing with religion in digital games*, Indiana University Press, Bloomington, 1-24.
- Cowan D. (2005) *Cyberhenge: Modern Pagans on the Internet*, Routledge, New York.
- Davis E. (1995) *Technopagans: May the Astral Plane be Reborn in Cyberspace*, "Wired magazine", <https://www.wired.com/1995/07/technopagans/>.
- Davis E. (2015) *TechGnosis: Myth, Magic, and Mysticism in the Age of Information*, North Atlantic Books, California.
- Dos Santos V. (2021) *The Animistic Way: Contemporary Paganism and the Posthuman*, "Poligrafi", 103/104, 26: 107-127.
- Eco U. (1962) *Opera Aperta*, Bompiani, Milano.
- Eco U. (1979) *Lector in Fabula: la cooperazione interpretativa nei testi narrativi*, Bompiani, Milano.
- Gent E. (2021) *What Can the Metaverse Learn From Second Life?*, <https://spectrum.ieee.org/metaverse-second-life>.
- Jakobson R. (1960) "Linguistics and Poetics", in T. A. Sebeok (a cura di), *Style in Language*, MIT Press, Cambridge, 350-377.
- Kristeva J. (1980) *Desire in Language: A Semiotic Approach to Literature and Art*, Columbia University Press, New York.
- Kristeva J. (1986) *The Kristeva Reader*, in T. Moi (a cura di), Columbia University Press, New York.

- Kristeva J. (2002) *The Portable Kristeva*, a cura di K. Oliver, Columbia University Press, New York.
- Roudiez L. (1980) "Introduction", in L. Roudiez (a cura di), *Desire in Language*, Columbia University Press, New York, 1–20.
- Tanaka R. (2015) *Technopaganism and the newer age*, www.ribbonfarm.com/2015/05/13/technopaganism-and-the-newer-age/.
- Tsuria R., A. Yadlin-Segal, A. Vitullo, e H. Campbell (2017) *Approaches to digital methods in studies of digital religion*, "The Communication Review", 20, 2: 73–97.
- Valéry P. (1985 [1937]) "The Course in Poetics: First Lesson", in B. Ghiselin (a cura di), *The Creative Process: Reflection on the Invention of Art*, University of California Press, California, 92–106.
- Vecoli F. (2013) *La Religione ai Tempi del Web*, Laterza, Roma–Bari.
- Vidotto I. (2013) *Intertestualità e traduzione: quali soluzioni per Manhattan di Hélène Cixous*, "Rivista internazionale di tecnica della traduzione = International Journal of Translation", 15: 200–218.
- Wagner R. (2012) *Godwired: Religion, Ritual and Virtual Reality*, Routledge, London.
- Wertheim M. (2000) *The Pearly Gates of Cyberspace: A History of Space from Dante to the Internet*, WW Norton & Company, New York.
- Weber M. (1978 [1921]) *Economy and Society*, University of California, California.
- Wilson B. (1976) *Contemporary Transformations of Religion*, Oxford University Press, Oxford.

LA SEMIOTICA PUÒ MIGLIORARE L'APPRENDIMENTO SUPERVISIONATO DELLE RETI NEURALI?

IL CASO DI STUDIO DEL TWEET DI PAPA FRANCESCO⁽¹⁾

FRANCESCO GALOFARO, MAGDALENA MARIA KUBAS,
IULM e Università degli Studi di Torino⁽²⁾

ABSTRACT: *The paper focuses on a case-study: a corpus of 1234 Italian tweets in reply to Pope Francis' ecological tweets related to the encyclical letter Laudato si' has been collected and labelled by the research team of the Semiotic and big data lab at the University of Turin using semiotic categories to substitute the vague notion of "subjectivity" in use in sentiment analysis. A simple neural network has been trained on the corpus to classify messages into "history" and "discourse" with a final accuracy score of 97%. The paper explores the practical and social implications of the feasibility study as well as its limitations and suggests further transdisciplinary research using semiotics as a standard vocabulary to increase cooperation between social and computer sciences. The analysis is accompanied by a historical premise and a brief analysis of the concordance between Saint Francis of Assisi's Canticle of the Creatures and Pope Francis' encyclical letter Laudato si'.*

KEYWORDS: *Actor network theory, natural language processing, sentiment analysis, subjectivity, machine learning.*

(1) Questo progetto ha ricevuto finanziamenti dall'European Research Council (ERC) nell'ambito del programma di ricerca e innovazione Horizon 2020 dell'Unione europea (convenzione di sovvenzione n. 757314).

(2) La dr.ssa Magdalena Maria Kubas ha steso i paragrafi 2.1 e 2.2. Il resto dell'articolo è stato scritto dal dr. Francesco Galofaro. Si ringraziano gli studenti del Laboratorio di Semiotica e Big Data (UniTo) Linda Pigureddu, André Molina Carmona, Stefania Molinaro e Gianluca Bufò per il loro contributo alla realizzazione della ricerca.

I. Scopo della ricerca

Sebbene la *sentiment analysis* sia sempre più utilizzata per confrontare la comunicazione dei leader politici (Grubbs 2020) e d'impresa, le sottostanti nozioni tecniche di *polarità* (*polarity*) e *soggettività* (*subjectivity*) sono definite in modo vago e spesso incoerente. Ad esempio:

Sentiment polarity for an element defines the orientation of the expressed sentiment, i.e., it determines if the text expresses the positive, negative or neutral sentiment of the user about the entity in consideration (Kumar and Gupta 2021).

Questo tipo di definizione non specifica in che modo il testo esprima il suddetto sentimento e il suo "orientamento". Se utilizzate per fornire istruzioni agli umani che etichettano i *corpora*, questo genere di definizioni vaghe contribuisce ad aumentare l'opacità degli algoritmi, con effetti sociali non prevedibili (Burrell 2015). Anche la classificazione della "soggettività" è problematica:

Subjectivity classification [...] distinguishes sentences (called objective sentences) that express factual information from sentences (called subjective sentences) that express subjective views and opinions. However, we should note that subjectivity is not equivalent to sentiment as many objective sentences can imply opinions, e.g., «We bought the car last month and the windshield wiper has fallen off» (Bing Liu 2021:11).

La distinzione tra fatti e opinioni è dibattuta in diverse tradizioni filosofiche come la filosofia della mente (Putnam 2002) e il post-strutturalismo. Come ha scritto Bruno (Latour 2017, p. 34), nonostante la vasta letteratura sull'indispensabile chiasmo tra fatti e valori, è evidente che la definizione dei primi incide necessariamente e in maniera decisiva sui secondi.

L'uso estensivo di reti neurali per classificare grandi corpora di messaggi porta alla necessità di istruzioni più precise agli esseri umani (spesso studenti universitari) responsabili dell'etichettatura dei corpora utilizzati per addestrarle. In particolare, i tratti linguistici impiegati per

esprimere “oggettività” e “soggettività” come effetti di senso sono stati studiati da Benveniste (1966–1974). Nonostante il trascorrere degli anni, la sua analisi è ancora discussa in diversi ambiti disciplinari quali l’antropologia (si veda Viveiros de Castro 2017, ma anche le critiche espresse a quest’ultimo in Lucatti 2022, pp. 20–25).

In questa prospettiva, il presente contributo presenta i risultati di un esperimento condotto durante il *Laboratorio di semiotica e big data* dell’Università di Torino, a.a. 2021–2022. Gli studenti sono stati istruiti ad analizzare i tweet utilizzando le categorie di Benveniste per etichettare un corpus di 1234 risposte ai tweet di papa Francesco sul tema dell’ecologia con riferimento alla sua lettera enciclica *Laudato si’*. Si è scelto questo topic poiché il tema è molto divisivo e ha stimolato un’ampia gamma di risposte, dall’entusiasmo agli insulti e ai discorsi di odio.

2. L’approccio semiotico

Partendo dal caso studio, le caratteristiche innovative della comunicazione di papa Francesco hanno attirato l’attenzione degli studiosi di semiotica fin dall’inizio del suo pontificato (Lorusso e Peverini 2017). Anche un sociologo di ispirazione semiotica come Bruno Latour (2017, pp. 287–288) ha discusso la lettera enciclica *Laudato si’* e i suoi aspetti innovativi.

Venendo alla *sentiment analysis*, la semiotica è considerata pertinente dai professionisti del settore (Ceriani 2016) e utile a una migliore comprensione dei messaggi di Twitter (Santangelo 2016). Inoltre, l’approccio sociosemiotico è stato impiegato da un gruppo di ricerca transdisciplinare per studiare i pregiudizi che coinvolgono le tecniche di apprendimento automatico e i rischi per la democrazia (Beretta, Santangelo *et al.* 2019). In particolare,

in the era of Big Data, many of the data used today have not been generated using probabilistic sampling, but are rather selected through non probabilistic methods (very often acquired from third parties, or with opportunistic methods, thanks to the pervasiveness of digital technologies), which do not provide to each unit of the population

the same opportunity to be part of the sample; this means that some groups or individuals are more likely to be chosen, others less (Beretta, Santangelo et al. 2019, p. 3).

Anche nel nostro caso il corpus non può essere in nessun caso considerato come rappresentativo dell'opinione pubblica o simili. Il presente lavoro deve essere considerato solo come uno studio di fattibilità: lo sviluppo di un algoritmo semiotico pienamente funzionante in grado di classificare il grado di soggettività dei messaggi implica una ricerca più approfondita e una cooperazione transdisciplinare tra semiotica, statistica e teoria dell'informazione.

2.1. *Scienze umane e corpora: una premessa storica*

Nella parte iniziale del presente contributo è utile mettere a fuoco due questioni: la prima riguarda i *corpora*, la seconda le concordanze o elenchi di frequenza che si possono estrarre dai *corpus*. Si tratta di strumenti per l'analisi linguistica–statistica, e più specificamente lessicografica. Il secondo implica l'esistenza (cioè un'adeguata preparazione) del primo. La manualistica e le pubblicazioni scientifiche sull'argomento sono cospicue, soprattutto per quel che riguarda i *corpora*, le concordanze e gli usi di questi strumenti dell'epoca della digitalizzazione (Giuliano 2013). Per introdurre l'argomento confrontiamo brevemente due definizioni del *corpus*.

(1) Secondo l'Enciclopedia Treccani online si tratta di un termine

usato nella nomenclatura bibliografica per indicare la riunione di più opere, raccolte e pubblicate con lo scopo di fornire serie ordinate e complete degli scritti di uno o più autori o intorno a determinate materie.

(2) D'altra parte, secondo Baker (2006, p. 26):

the term *corpus* merely refers to a body of electronically encoded text, it is not the case that a corpus consists of any collection of texts, picked

at random. Instead, researchers have produced a range of recognizably different types of corpora, depending on the sorts of research goals they have in mind. [...] Corpora therefore tend towards having a more balanced, carefully thought-out collection of texts that are representative of a language variety or genre.

Le due definizioni testimoniano l'esistenza di stadi diversi nell'uso dei corpora, nella loro preparazione e negli strumenti che vengono adoperati in tutte le fasi di elaborazione e della fruizione: la prima definizione precede di 80 anni la redazione della seconda. Con ciò rimane saldo il principio dell'insieme testuale stabilito sulla base di uno o più criteri. Se i primi corpus furono raccolti nell'antichità — pensiamo ad esempio al *Corpus Hippocraticum* raccolto con il criterio autoriale-disciplinare⁽³⁾ — oggi sono numerosissimi i corpora digitali e accessibili online, tra cui l'ОВI (la monumentale *Opera del Vocabolario Italiano* con le sue articolazioni; si tratta di un progetto inaugurato nel 1965) elaborato dall'Istituto del CNR presso l'Accademia della Crusca assieme a più software per interrogare il *corpus*⁽⁴⁾.

Per la ricerca sul francescanesimo dei primi secoli abbiamo il tradizionale *corpus* cartaceo delle *Fonti francescane* contenente le vite e gli scritti dei fondatori, cui si aggiungono corpora a tema liturgico, le fonti agiografiche dell'ordine, le fonti normative e altro ancora. Nella versione italiana le *Fonti* non hanno un'elaborazione digitale che permetta una consultazione, mentre le fonti antiche latine (francescane e clariane), assieme alla traduzione inglese, sono consultabili in formato digitale⁽⁵⁾.

La seconda questione riguarda le concordanze: si tratta di un elenco, ordinato alfabeticamente, delle parole contenute in un testo. Attraverso lo spoglio lessicale (oggi attuato con i mezzi informatici, ma fino a pochi decenni fa eseguito manualmente) si ottiene un elenco in cui i singoli termini sono «accompagnati da alcuni riferimenti che ne rendono

(3) Non esistendo un principio dell'autorialità, il nostro corpus conteneva opere (presumibilmente) di Ippocrate insieme a opere e commenti posteriori, di autori che oggi chiameremo "della scuola": la formazione del corpus impiegò alcuni secoli dopo la morte di Ippocrate.

(4) Storia e strumenti di ricerca elettronica sono accessibili al link <http://tlio.ovi.cnr.it/TLIO/>.

(5) Cfr. il sito "Franciscan tradition" al link <https://franciscantradition.org/early-sources>.

possibile il ritrovamento nell'originale» (Gigliozzi 2003, p. 96). Come abbiamo detto, le concordanze sono uno strumento statistico. Ad esso possono collegarsi ad esempio indici delle parole (o di un tipo specifico di termini), elenchi di frequenze e altro. Tra le pratiche più antiche delle concordanze vi è la composizione delle concordanze bibliche, estratte manualmente: i frati Minori e i Predicatori si contendono alcuni nomi che potevano essere tra i primissimi compilatori, come Ugo da San Caro e Arlotto da Prato, figure attive tra la fine del XII e l'inizio del XIII secolo⁽⁶⁾; inoltre, si citano S. Antonio da Padova (ma non si tratterebbe di un'opera edita), e Ugo di S. Vittore. Il recente centenario dantesco⁽⁷⁾ permette di avvicinarci alla modernità: la *Divina Commedia* fu oggetto di numerose elaborazioni statistiche: nel secondo Ottocento vi fu un lavoro intenso sulle concordanze, non soltanto in Italia. Sono note le *Concordanze della Divina commedia di Dante Alighieri* di Giovanni Andrea Scartazzini (pubblicato per Brockhaus a Lipsia nel 1901) e *Concordance of the Divina Commedia* di Edward Allen Fay pubblicata nel 1888. Nel 1965 — un altro centenario dantesco — l'IBM Italia, per inaugurare il Centro nazionale universitario di calcolo elettronico a Pisa estrasse le concordanze della *Divina commedia* trascrivendo prima l'intero testo, suddiviso in versi, su 14.233 schede perforate. L'analisi del calcolatore durò quasi 19 ore. La concordanza è pubblicata con il titolo *La Divina commedia. Testo, concordanze, lessici, rimario, indici* (con prefazione di C. Tagliavini e nota tecnica di G. Caldara). Nell'analisi letteraria le concordanze sono utili per risalire alle interconnessioni presenti in un solo testo, o tra vari testi, in maniera intertestuale, ma oggi l'uso dei corpora e delle concordanze eseguite con i mezzi informatici è amplissimo e va dalla linguistica al marketing, dalla traduzione automatizzata alla gestione della documentazione giuridica, ecc. (Giuliano 2013, p. 5). Nel suo articolo intitolato *Per uno studio sulla "procedura delle concordanze"* Luca Andrea di Martino parla di

iterazioni di certe unità significanti, mediante le quali analogie, parallelismi, catene anaforiche percorrono le probabili connessioni tra

(6) La contesa è descritta in una delle prime storie della letteratura italiana come la *Storia della letteratura italiana del cav. Abate Girolamo Tiraboschi*, Tomo IV, 1795, p. 141.

(7) Nel 2021 è stato celebrato il settimo centenario della morte di Dante.

gli elementi. Le concordanze rendono evidenti, isolandole, le qualità delle relazioni prescelte, come se queste venissero contrassegnate “istologicamente”.

E continua:

la procedura delle concordanze funziona da mezzo isomorfo in grado di scernere le varie affinità riscontrabili tra le parti comunque collocate all'interno d'un insieme compatto (Di Martino 2012, p. 191).

2.2. *Tra il Cantico delle creature di San Francesco e l'enciclica Laudato sì di papa Francesco*

All'interno della presente ricerca vale la pena di soffermarsi brevemente sulla tradizione ecologista francescana, tra le sue origini e il pensiero odierno, tra il *Cantico delle Creature* o *Cantico di Frate Sole*, la lauda di Francesco d'Assisi, scritta negli anni Venti del Duecento, e la lettera enciclica papale del 2015. Com'è noto la sensibilità francescana, almeno quella del primo periodo, si plasmò su canti e preghiere lasciati da Francesco. Il *Cantico*, in particolare, risale agli ultimi anni di vita del santo. È parere condiviso tra gli studiosi che il testo si divida in due parti tematiche: la prima, più lunga, contiene un elenco di elementi, astri, esseri viventi; la seconda, più breve, inizia con “sora nostra morte corporale”. Si crede che questa suddivisione rifletta due fasi nella composizione del testo, tra le quali intercorrono alcuni anni (Contini 1995)⁽⁸⁾.

Nell'ambito del pensiero cristiano, il testo di San Francesco rappresenta un'espressione precoce di sensibilità ambientale. Papa Francesco, nella lettera enciclica *Laudato sì*, si ricollega a questa sensibilità riprendendola per parlare della realtà contemporanea. Francesco crea una connessione testuale diretta citando un frammento del *Cantico delle creature* (vv. 5–19) e cerca strategie sia per avvicinare quel pensiero alla realtà contemporanea che per “tradurlo” nelle parole che suonano familiari all'uomo odierno. L'enciclica contiene una critica forte e una serie

(8) Per le notizie e le trascrizioni del testo v. Contini (1995, pp. 33–34); Pozzi (1971); Branca (1950).

di proposte per trasformare la nostra cultura, per vivere con maggiore rispetto della terra e degli esseri viventi. Una breve sintesi: nel primo capitolo, parlando della responsabilità comune di tutti gli abitanti del pianeta (“la casa comune”), il Papa auspica l’unità mondiale per affrontare la crisi ecologica in corso. Nel secondo capitolo il papa si confronta direttamente con la lauda di San Francesco. Al di là delle motivazioni teologiche, la preoccupazione principale del terzo capitolo è la tecnologia. Alcune parti del quarto capitolo propongono di vederci come un’unica collettività legata alla “casa comune”, in relazione allo sviluppo sostenibile. Il quinto capitolo contiene una critica del consumismo e i postulati per combatterlo, con una serie di proposte praticabili nella vita quotidiana di tutti. Nell’ultimo capitolo troviamo le proposte per un’educazione alla spiritualità ecologica.

A nostro parere, in *Laudato si* Papa Francesco cerca di intrecciare il linguaggio della lauda medievale con il discorso ai contemporanei. In che modo? Il papa tenta un aggiornamento del genere testuale e del linguaggio. Francesco d’Assisi aveva usato il genere delle benedizioni e lodi bibliche, un proposito che Bergoglio riprende nella preghiera che chiude la sua lettera enciclica. Nella parte principale invece egli passa dalla poesia alla prosa. Per aggiornare la lingua e il pensiero di San Francesco *Laudato si* si muove in due direzioni: da un lato la lingua del papa va in direzione della precisazione scientifica, dall’altro si affida a uno stile espressivo affettivo–familiare.

Per capire bene i modi è utile partire da dati statistici: nell’enciclica papale la parola “terra” presenta 77 occorrenze. Troviamo sia l’associazione “matre/madre terra” che la “sorella terra”. Se l’idea francescana di fratellanza (e sorellanza) non distingue tra gli esseri viventi con i loro processi fisiologici (come la morte), il mondo inanimato e i quattro elementi, nell’enciclica di papa Francesco le “creature” della lauda vengono anche designate, o “tradotte”, come “esseri viventi”, “organismi”, parti dell’ecosistema (vale la pena di notare che in *Laudato si* la voce lessicale “creature” è un lemma a frequenza alta, dato che presenta 77 occorrenze). Quello che per Francesco d’Assisi è l’aere, la fonte del “sustentamento”, diventa lo spazio di accumulo degli “inquinanti atmosferici” e la causa della morte prematura degli esseri viventi. Nell’enciclica il lemma “aria” è presente 5 volte, mentre l’inquinamento

atmosferico e il cambiamento climatico diventano argomenti discussi in porzioni più ampie del testo papale. Nel *Cantico delle creature* è menzionato il fuoco: oggi esso è visto nella funzione del “combustibile” (5 occorrenze), ed è ricordato perché riscalda le case dei ricchi e dei poveri, con un conseguente inquinamento dell’aria. La “sor’acqua”, con le sue 39 occorrenze nell’enciclica, è declinata come “l’acqua potabile”, “l’acqua pubblica” e si iscrive in una questione più generale di diritti, della gestione delle risorse e degli sprechi. L’espressione “specie” contra 28 occorrenze per riunire la ricchezza (detta anche “biodiversità”, 10 occorrenze) dei regni animale e vegetale. La strategia generale del papa è quindi quella di utilizzare la lauda per fondare e costruire le categorie concettuali del suo discorso.

Nel *Cantico delle creature* appare l’uso del pronome “noi”: si tratta di 1 occorrenza, cui si aggiunge il possessivo “nostra”, con 2 occorrenze. Il “noi” permette la creazione di un attore collettivo e di una dimensione comunitaria: è un aspetto che Papa Francesco amplia infinitamente nella sua proposta di rilancio del francescanesimo ecologista per unire la questione sociale a quella dell’ambiente. In *Laudato si* il pronome personale e il possessivo presentano un’alta frequenza: il primo conta 64 occorrenze; la declinazione del possessivo ne conta più di cento (tra cui vi è “nostra”, con 54 occorrenze, comprese “nostra madre (sic) terra”, “nostra oppressa e devastata terra”, “nostra casa comune”, ma anche “nostra dignità”, “nostra fede”, “nostra comprensione della pace”, “nostra identità”, e “nostra sensazione di radicamento”). sono 31 le occorrenze di “nostro”, tra cui il “nostro stesso DNA”, “il nostro senso di appartenenza”, “il nostro sentirci a casa”, “nostro Padre comune”; 12 le occorrenze del plurale “nostri”, tra cui i “nostri fratelli e sorelle”, i “nostri simili su cui si fonda ogni società civile”, “i nostri stili di vita, di produzione e di consumo”; 11 volte compare il plurale femminile “nostre”, più volte nelle “nostre città” e anche nelle “nostre lotte”). Se la famosissima sposa di Francesco d’Assisi era la povertà, le disuguaglianze sono tra le maggiori preoccupazioni del papa attuale: unendo due grandi temi il papa dice che la sostenibilità ambientale non si può ottenere senza intervenire sui problemi sociali. Lo stesso termine “ecologia” (presente 30 volte) si articola in una proposta “ambientale, economica e sociale”, e anche “culturale” “inseparabile dalla nozione del bene comune”.

3. Design della ricerca

Uno degli obiettivi dell'applicazione della semiotica all'addestramento supervisionato delle reti neurali è migliorare la precisione nell'etichettatura del corpus, possibilmente riducendone l'estensione, risparmiando tempo e fondi di ricerca. Un problema relativo alla sentiment analysis è la mancanza di algoritmi per analizzare messaggi in lingua italiana. La maggior parte degli algoritmi viene generalmente addestrata su corpora in lingua inglese. Si sarebbe potuto ricorrere alla traduzione automatica, ma ciò avrebbe introdotto un'impresione non quantificabile nel risultato. Un'indagine preliminare sugli algoritmi esistenti sulla sentiment analysis ha portato all'identificazione di una libreria python, `feel_it` (Bianchi, Nozza et al. 2021), che, purtroppo, si concentra solo sulla polarità dei messaggi e non sulla soggettività. Tuttavia, per ottenere una stima indicativa sul grado di concordanza tra la classificazione effettuata dalla macchina e il giudizio umano, è stata effettuata una sentiment analysis sulla polarità di 200 messaggi sul tema "La giornata contro la violenza verso le donne" (25 novembre 2021). Gli studenti erano d'accordo con i giudizi della macchina nel 65% dei casi. È emerso un problema ulteriore sulla capacità individuale di interpretare una forma di comunicazione così breve e vivida. Ad esempio, uno degli studenti dichiara:

Questo lavoro, che ho trovato interessante e stimolante, è stato anche molto impegnativo per me, in quanto persona autistica. Spesso, a causa della mia naturale predisposizione a non cogliere spunti sociali, ho faticato a dedurre l'atteggiamento o l'emozione degli autori dei tweet dovendo basare la mia decisione esclusivamente sul contenuto testuale e non potendo approfondire il contesto per mantenere i risultati della ricerca il più puliti possibile. In questi casi ho portato il mio contributo scegliendo di non rispondere alla domanda «che cosa intendeva l'autore?» consapevole che i miei colleghi avrebbero dato sicuramente una risposta molto più precisa a questa domanda, ma chiedendomi «quale potrebbe essere una buona classificazione o etichetta per questo specifico tweet?» sulla base di schemi ricorrenti percepiti nell'uso di determinate parole, hashtag, punteggiatura, ecc.

Le discussioni valutative sono proseguite con il mio essere spesso più d'accordo con l'algoritmo che con i miei colleghi, portando a dibattiti costruttivi sulle ragioni che potrebbero aver portato l'algoritmo a compiere determinate scelte. Ciò è accaduto soprattutto quando i tweet sono stati etichettati in modo inaspettato (quando non palesemente impreciso) secondo il giudizio dei miei compagni di squadra ma perfettamente sensato per me, evidenziando le differenze tra la comprensione del sentiment attorno a un argomento mentre si è in una situazione di quotidianità, si ha una buona percezione dei segnali sociali, e la difficoltà di progettare una rete neurale che valuti le conversazioni in assenza di un contesto chiaro e univoco, senza alcun riferimento esterno che possa suggerire atteggiamenti impliciti, come immagini, suoni, linguaggio del corpo, ecc. (traduzione dall'inglese nostra).

La discussione ha portato gli studenti a formulare l'ipotesi che segue: se le nozioni, vaghe, empiriche e psicologiche di polarità e soggettività vengono sostituite con definizioni semiotiche, ancorate alla presenza, nel testo, di determinate caratteristiche linguistiche, il grado di incomprendimento nell'etichettatura umana dei corpora può essere ridotto, migliorando la capacità di classificazione della macchina.

Per verificare l'ipotesi, l'opposizione oggettività/soggettività è stata sostituita dalla categoria storia/discorso di Benveniste (1966, pp. 195–248), le cui caratteristiche linguistiche sono riassunte nella tab. 1.

<i>Caratteristiche</i>	Storia	Discorso
<i>Pronomi</i>	Lui, Lei, Lo,	Io, Tu, Noi
<i>Tempo verbale</i>	Preterito	Presente
<i>Avverbi di spazio</i>	Là	Qui
<i>Effetto di senso</i>	Oggettivo	Soggettivo
<i>Etichetta</i>	0	1

Altre caratteristiche linguistiche interessanti che sono state impiegate per etichettare i tweet sono la presenza della citazione e anche punti interrogativi. Alcuni esempi sono riportati in tab 2. I messaggi sono stati tradotti dall'italiano.

<i>Messaggio</i>	<i>Etichetta</i>
Ho appena comprato #LaudatoSi l'enciclica del @Pontifex_it Francesco su uomo e ambiente... ve la consiglio.	Discorso
Ah è questo nell'Enciclica di @Pontifex_it?! Torneremo allora tutti a scavare la terra a mani nude? #LaudatoSi.	Discorso
Caro @Pontifex_it per questo ti seguirò sempre con speranza combattiva e senza arrendermi mai! #cop21 #laudatosi http://roma.corriere.it/giubileo-2015/ .	Discorso
@matteoreenzi oggi sei partito con la tua #enciclica vuoi per caso copiare il santo padre @Pontifex_it #LaudatoSi.	Discorso
@Pontifex_it: La proprietà della casa ha molta importanza per la dignità delle persone e per lo sviluppo delle famiglie. #LaudatoSi.	Storia
Marina Tomarro: "Partire dalla #LaudatoSi per una nuova visione #Politica" @vaticannews_it.	Storia
#LaudatoSi, un monito quello del @Pontifex_it che va colta, a difesa del creato @fai_cisl.	Storia
"Non siamo fatti per vivere nel cemento". Non lo dice il CNR ma @Pontifex_it nel punto 44 dell'enciclica #LaudatoSi.	Storia

La scelta del metodo e della libreria di Python è stata determinata dalla letteratura tecnica sull'argomento (Mirjalili e Rashka 2019). Le caratteristiche delle tecniche di addestramento della rete neurale sono riassunte in tab. 3.

<i>Metodo</i>	Discesa del gradiente stocastico.
<i>Algoritmo di addestramento:</i>	SGDClassifier(loss='log', random_state=1, n_int=5) dalla libreria Python Scikit Learn.
<i>Training set</i>	234 tweet, metà etichettati come "storia", metà etichettati come "discorso" dagli studenti.
<i>Test set</i>	234 tweet, metà etichettati come "storia", metà etichettati come "discorso" dagli studenti.
<i>Punteggio di accuratezza</i>	97%

4. Risultati

Il punteggio di accuratezza del 97% è stato ottenuto utilizzando un corpus molto piccolo di messaggi italiani etichettati da un ristretto numero di studenti utilizzando categorie semiotiche collegate alle caratteristiche linguistiche e non ai vaghi e discutibili concetti di oggettività/soggettività utilizzati nella letteratura sull'analisi dei sentimenti. Tuttavia, la sicurezza della macchina durante l'etichettatura dei messaggi sembra bassa. Tab 4 riporta due esempi:

<i>Messaggio</i>	<i>Predizione</i>	<i>Probabilità</i>
Tanti professionisti, opinionisti, mezzi di comunicazione e centri di potere [...] vivono e riflettono a partire dalla comodità di uno sviluppo e di una qualità della vita che non sono alla portata della maggior parte della popolazione mondiale #laudatosi @Pontifex_it.	Storia	56,21%

#laudatosi 137 Dal momento che tutto è intimamente relazionato [...], propongo di soffermarci adesso a riflettere sui diversi elementi di una ecologia integrale, che comprenda chiaramente le dimensioni umane e sociali. #PapaFrancesco #ClimateAction @forumalcentro @OndaCivica_EU.	Discorso	52.08%
---	----------	--------

5. Limiti e implicazioni

Il modello classificatore utilizzato è tra i più semplici. L'opposizione 0/1 è ovviamente una semplificazione eccessiva, poiché in letteratura troviamo esempi di generi misti, come l'autobiografia (Starobinski 1961). Tuttavia, la ricerca ha il solo scopo di dimostrare l'utilità della semiotica. L'opposizione binaria si adatta bene allo scopo di addestrare un semplice classificatore, poiché le reti neurali diventano progressivamente imprecise quando la classificazione prevede l'uso di più etichette, implicando l'uso di sofisticate tecniche di deep learning (Ziqi e Lei 2018) e ricerca transdisciplinare.

Le categorie semiotiche garantiscono a chi deve etichettare il corpus definizioni univoche basate su forme di espressione e contenuti testuali e non su buon senso, stereotipi, folk-semiotica, nozioni psicologiche o epistemologicamente discutibili, migliorando la ricerca sulla sentiment analysis e sull'elaborazione del linguaggio naturale. Il miglioramento della precisione dell'etichettatura potrebbe implicare un risparmio di tempo e di fondi e la possibilità di addestrare algoritmi specifici su piccoli corpora che riflettano una specifica domanda di ricerca come, nel nostro esempio, «tweet che reagiscono alle credenze religiose».

Ad esempio, l'opposizione tra polarità negativa e positiva potrebbe essere sostituita con la categoria timica, che «si articola a sua volta in euforia/disforia (con aforia come termine neutro) e gioca un ruolo fondamentale nella trasformazione dei microuniversi semantici in assiologie» (Greimas e Courtés 1979, p. 360). Tuttavia, per la ricchezza e l'articolazione delle categorie semantiche sono necessarie tecniche di deep learning più sofisticate.

Lo stesso insieme di categorie semiotiche potrebbe essere ulteriormente esteso all'analisi di dati non verbali, fornendo un vocabolario standard alle scienze sociali e alla teoria dell'informazione (Akrich e Latour 1992).

La domanda di ricerca più interessante che emerge dai nostri risultati riguarda lo stato della rete neurale, quando considerata come attore sociale (Akrich e Latour 1992). Nell'Unione Europea, con la risoluzione del Parlamento Europeo del 16 febbraio 2017 (2015/2103(INL)) è iniziato un dibattito politico sulla possibilità di attribuire uno status giuridico alle "intelligenze artificiali". Il Parlamento ha chiesto alla Commissione europea di creare «uno status giuridico specifico per i robot nel lungo periodo, in modo che almeno i robot autonomi più sofisticati possano essere affermati come aventi lo status di persone elettroniche incaricate di riparare i danni che possono causare». Partendo dall'etichetta "Intelligenza artificiale", le strategie retoriche possono essere utilizzate nei testi per attribuire agli algoritmi valori semantici sia non umani (es. "artificiale") che umani ("intelligenza") (Galofaro 2021, pp. 10–11). L'attribuzione di uno status giuridico a tali algoritmi non dipende solo dal conflitto tra le narrazioni — definendole "intelligenti" o riducendole a "metodi statistici", ma anche dal loro coinvolgimento dialettico nelle relazioni sociali strumentali o empatiche.

6. The network within

Le prospettive ambivalenti sull'"Intelligenza artificiale" possono forse cambiare se adottiamo la nozione di *network within*:

A stringent actor–network approach cannot determine a priori which are the actors–knots of the network in question; above all, it cannot postulate their dimension, scale, consistency, and cohesion. In effect, if each knot is itself a network, one may often have to describe and define the "network within" that constitutes each actor. Only by taking into consideration this network within, is it possible to account for the various "translations" an actor faces (or, in other words, for the ways in which the network constituting a given actor is re–configured upon its entering into a relationship with other actors–networks) (Parolin and Mattozzi 2020, p. 48).

Invece di considerare i nodi inclusi nell'actor network come preesistenti ad essa, essi devono essere visti come prodotti dalle relazioni che la legano all'oggetto. Ogni attore, come l'utente di un'auto guidata da un'IA, il prigioniero in attesa che un'IA decida sulla libertà vigilata, il bambino che interagisce con un'infermiera IA, il Parlamento europeo che discute del fantasma nella macchina dell'IA, non è un hub connesso e ricollegato tramite fili ad altri attori, ma il risultato di un processo di individuazione locale risultante dalle relazioni globali. A loro volta, gli attori sono da considerarsi, ricorsivamente, reti.

7. Conclusioni: l'IA come nuovo mito

La così detta "Intelligenza Artificiale" può essere considerata un nuovo mito, in grado di esercitare una pressione sui così detti nuovi media, rappresentati da Twitter nel nostro caso studio. Se l'elaborazione di un mito risponde al tentativo di risolvere una contraddizione interna alla cultura di un'epoca e di una società, l'algoritmo incarna il tentativo di portare la competenza umana oltre i limiti dell'individuo, i quali confliggono con le dimensioni globali del fenomeno comunicativo. Come si è scritto in 2.1, lo sviluppo stesso dell'informatica avviene con l'obiettivo di manipolare in pochi minuti corpora larghissimi, non di rado riferibili agli studi umanistici, rivolgendosi a quella stessa scienza statistica che è la base dell'apprendimento delle reti neurali (par. 4).

Osservando il nostro caso studio, si deve ammettere che anche la comunicazione di Papa Francesco ha un carattere mitico. Essa cerca di porre rimedio alla contraddizione tra il sapere economico e quello ecologico e tra due valori profondi reperibili in essi: il monoteismo, che vede un intervento trasformativo del divino nella storia, e la sacralità della natura, della temporalità ciclica della riproduzione. Per farlo, come si è visto al par. 2.2, il Papa reinventa una tradizione: amplifica alcuni temi presenti nel *Cantico delle creature* e ne narcotizza altri. Figure come madre terra e sorella acqua sottolineano la creaturalità dell'ambiente cui siamo legati, mentre la povertà, sorella del santo, è il principale problema del Papa. A tal proposito, Le Goff (1999, p. 34) paragona San Martino e San Francesco, stabilendo che all'epoca del

primo la contraddizione principale percepita era evidentemente la distribuzione dei beni (è la figura del mantello diviso col povero), mentre all'epoca del secondo la contraddizione è l'accettazione o il rifiuto dell'economia monetaria.

L'operazione mitopoietica di Papa Francesco si incontra e si scontra con i nuovi miti: la sua comunicazione sociale è ripresa, rilanciata e commentata da altri attori individuali o collettivi (uomini politici, leader d'opinione, singoli utenti, gruppi ecologisti) che in tal modo la sanzionano positivamente o negativamente. Tali *destinanti* sanzionatori non sono solo *antropomorfi* (umani), ma anche *non pienamente umani*: questo è lo statuto problematico delle reti neurali che analizzano la comunicazione e la classificano in termini di efficacia, grado di soggettività, polarità.

L'inconsistenza del mito della rete neurale è dimostrata dal fatto che tali reti sono addestrate sulla base di nozioni filosoficamente mal formulate, tanto vaghe quanto sono precisi gli algoritmi di apprendimento. Il nostro esperimento dimostra che la semiotica può rendersi utile se non altro per chiarire meglio a cosa corrispondano, nel testo, nozioni come polarità e soggettività per migliorare l'addestramento, dunque per intervenire sul lato "umano" della rete.

In ogni caso, l'addestramento di una rete neurale è una forma di scrittura il cui risultato è l'archivio di una competenza umana collettiva (es. la competenza media di un gruppo di studenti) al fine di replicarne le prestazioni, quali emettere una sanzione finale positiva o negativa su un determinato testo. Da un punto di vista semiotico, una rete neurale è un termine complesso, sia umano sia non umano.

Come abbiamo visto nel nostro caso studio, tale attore ibrido incarna un destinante cui la cultura attribuisce la proprietà di considerare il flusso della comunicazione ecologista nel proprio complesso classificandola come oggettiva o soggettiva e contribuendo a misurarne l'efficacia e l'impatto sull'insieme della società: una meta-rappresentazione dell'autocomunicazione sociale sul tema del proprio rapporto con l'ambiente. I flussi di comunicazione mitica che attraversano l'ibrido tra natura e cultura chiamato "Gaia" da Bruno Latour (2017) costituiscono un meccanismo cibernetico di regolazione in grado di restituire un significato al nostro rapporto con l'ambiente? Questo resta da vedere.

Riferimenti bibliografici

- Akrich M. e B. Latour (1992) "A Summary of Convenient Vocabulary for the Semiotics of Human and Nonhuman Assemblies", in W.E. Bijker e J. Law (a cura di), *Shaping Technology/Building Society*, MIT press, Cambridge MA, 259–264.
- Baker P. (2006) *Using corpora in Discourse Analysis*, Continuum, London–New York.
- Benveniste, E. (1966–1974) *Problèmes de linguistique générale*, Gallimard, Paris, vol. I.
- Beretta E., A. Santangelo, B. Lepri, A. Vetrò e J.C. De Martin (2019) *The invisible power of fairness. How machine learning shapes democracy*, in *Proceedings of the 32nd Canadian Conference on Artificial Intelligence*, Springer, Berlin, 238–250.
- Bianchi F., D. Nozza e D. Hovy (2021) "FEEL–IT: Emotion and Sentiment Classification for the Italian Language", in *Proceedings of the 11th Workshop on Computational Approaches to Subjectivity, Sentiment and Social Media Analysis, Association for Computational Linguistics*, "ACL–Anthology": 76–83, <https://aclanthology.org/2021.wassa-1.8> (consultato il 28 febbraio 2022).
- Branca V. (1950) *Il cantico di frate sole. Studio delle fonti e testo critico*, Olschki, Firenze.
- Burrell J. (2015) *How the Machine Thinks: Understanding Opacity in Machine Learning Algorithms*, <http://ssrn.com/abstract=2660674> (consultato il 1 marzo 2022).
- Ceriani G. (2016) "Reputazione, popolarità, sentiment. Discorsi sul sesso in rete e problematiche di ricerca integrata" in G. Ferraro e A.M. Lorusso (a cura di), *Nuove forme d'interazione: dal web al mobile*, Libellule, Lecce, 43–52.
- Contini G. (1995) *Poeti del Duecento. Testi arcaici, scuola siciliana, poesia cortese*, Ricciardi–Mondadori, Milano.
- Di Martino L.A. (2012) *Per uno studio sulla procedura delle concordanze*, "Enthymema", VII (2012), 183–200.
- Galofaro F. (2021) *On the Juridical Relevance of the Phenomenological Notion of Person in Max Scheler and Edith Stein*, "International Journal for the Semiotics of Law", 35: 1317–1331, <https://doi.org/10.1007/s11196-021-09823-z> (consultato il 28 febbraio 2022).

- Gigliozzi G. (2003) *Introduzione all'uso del computer negli studi letterari*, Bruno Mondadori, Milano.
- Giuliano L. (2013) *Il valore delle parole. L'analisi automatica dei testi in Web 2.0*, Data Science (Dipartimento di Scienze statistiche), Roma, file:///E:/Convegni%20e%20saggi/1%20Convegni%20e%20conferenze/2021.12.21%20Circe%20workshop/ValoreDelleParoleV2a.pdf (consultato il 28 febbraio 2022).
- Greimas A.J. e J. Courtés (1979) *Sémiotique: dictionnaire raisonné de la théorie du langage*, Hachette, Paris (trad. it. *Semiotica: dizionario ragionato della teoria del linguaggio*, Bruno Mondadori, Milano, 2007).
- Grubbs D. (2020) *Understanding Political Twitter: Using tweet sentiment analysis to understand the global political atmosphere*, <https://towardsdatascience.com/understanding-political-twitter-ce3476a38377> (consultato il 28 febbraio 2022).
- Kumar A. e D. Gupta (2021) "Sentiment Analysis as a Restricted NLP Problem", in F. Pinarbasi e M. Nurdan Taskiran (a cura di), *Natural Language Processing for Global and Local Business*, IGI Global, Hershey PA, 65–97.
- Latour B. (2017) *Facing Gaia: Eight Lectures on the New Climatic Regime*, Polity Press, Medford MA.
- Le Goff, J. (1999) *Saint François d'Assise*, Gallimard, Paris (trad. it. *San Francesco d'Assisi*, Laterza, Bari, 2002).
- Liu B. (2021) *Sentiment Analysis and Opinion Mining*, Morgan & Claypool Publishers, San Rafael, California.
- Lorusso A.M. e P. Peverini (a cura di) (2017) *Il racconto di Francesco. La comunicazione del Papa nell'era della connessione globale*, Luiss University Press, Roma.
- Lucatti E. (2022) *Di foglie, aria ed espressione: le linee sciamaniche della semiotica e la questione del suo statuto scientifico*, Esculapio, Bologna.
- Mirjalili V. e S. Raschka (2019) *Python Machine Learning*, Packt Publishing, Birmingham.
- Parolin L. e A. Mattozzi (2020) *How to account for tacit knowledge in innovation processes: the concept of "network within"*, "RASK", 51: 39–54.
- Pozzi G. (1971) *Rileggendo il Cantico di frate sole*, "Messaggero serafico", 60, 8: 2–32.
- Putnam H. (2002) *The collapse of the fact/value dichotomy and other essays*, Harvard University Press, Cambridge MA.

- Santangelo A. (2016) *Twitter e l'analisi semiotica di un programma televisivo*, in G. Ferraro e A.M. Lorusso (a cura di), *Nuove forme d'interazione: dal web al mobile*, Libellule, Lecce, 67–86.
- Starobinski J. (1961) *L'Œil vivant: Corneille, Racine, La Bruyère, Rousseau, Stendhal*, Gallimard, Paris.
- Viveiros de Castro E. (2017) *A inconstância da alma selvagem*, Ubu editora, São Paulo.
- Ziqi Z. e L. Lei (2018) *Hate Speech Detection: A Solved Problem? The Challenging Case of Long Tail on Twitter*, "Semantic Web", 1 (0): 1–5.

NUOVI SANTI, NUOVI MEDIA

LE APP DEI SANTI E LE LORO FUNZIONI⁽¹⁾

JENNY PONZO, Università degli Studi di Torino

ABSTRACT: *This essay proposes the analysis of a corpus of apps dedicated to Catholic saints. The study of the structure and paratext of these apps leads to the identification of five recurring functions in the corpus: (I) social phatic function; (II) (re-)construction of cultural memory; (III) moral performative function; (IV) spiritual phatic function; and (V) devotional performative function. The communication strategies relating to the saints implemented in the apps are also interpreted in the light of the contemporary cultural context, in particular of the relevant changes in the conceptualization and modelization of sainthood in the 20th century and the early 2000s. Reflection about these changes helps to explain why the discursive construction implemented by the apps responds to a dynamic that, under various aspects, can be defined as “horizontal”.*

KEYWORDS: *Sainthood, app, phatic function, memory, pragmatic function.*

(1) Questo saggio si inserisce nell’attività di ricerca del progetto “NeMoSanctI: New Models of Sanctity in Italy (1960s–2000s) — A Semiotic Analysis of Norms, Causes of Saints, Hagiography, and Narratives” (nemosancti.eu). Questo progetto ha ricevuto finanziamenti dal Consiglio europeo della ricerca (ERC) nell’ambito del programma di ricerca e innovazione Orizzonte 2020 dell’Unione Europea, in virtù della convenzione di sovvenzione n. 757314.

I. Introduzione

Questo contributo si concentra sull'analisi di un corpus di app per smartphone dedicate ai santi cattolici. Tali app sono studiate in base alle strategie testuali che mettono in atto e alle loro funzioni, ma anche in relazione al contesto culturale contemporaneo, segnato da significativi cambiamenti nel modo di concettualizzare e rappresentare la santità da parte della Chiesa cattolica e della comunità dei credenti.

In effetti, nel corso del Novecento la Chiesa ha posto grande enfasi su un ideale di santità alla portata di tutti. Tra i concetti più rilevanti per questa rinnovata idea di santità va sicuramente menzionata la promozione, almeno fin dagli anni '20, di un ideale di "eroicità" non basato su atti eclatanti ed eccezionali, ma invece sul condurre una vita virtuosa in circostanze ordinarie e quotidiane⁽²⁾. Questa proposta trova conferma e ampia risonanza durante il Concilio Vaticano Secondo (1962–1965)⁽³⁾, e la sua fortuna continua fino ai nostri giorni. Papa Francesco, ad esempio, in vari discorsi e documenti ufficiali ha promosso un ideale di santità "della porta accanto"⁽⁴⁾.

Molte innovazioni in materia di santità sono state apportate durante il pontificato di Giovanni Paolo II. Di particolare rilevanza è stata la riforma delle procedure di canonizzazione, che ha concesso un maggiore raggio di azione alle diocesi, mettendo in questione una tendenza secolare all'accentramento del controllo sulle canonizzazioni nelle mani della Santa Sede⁽⁵⁾. Inoltre, si è assistito a una moltiplicazione esponenziale del numero di cause di canonizzazione aperte. Conseguenza di questa politica di gestione del riconoscimento ufficiale della santità, perseguita tuttora, è un fortissimo aumento del numero di nuovi santi e beati proclamati dalla Chiesa.

(2) Sul concetto di eroicità tra età moderna e Novecento, v. Ponso e Rai (2019).

(3) Si veda in particolare il cap. v della Costituzione Dogmatica *Lumen gentium*, dedicato al tema della santità come vocazione universale della Chiesa (https://www.vatican.va/archive/hist_councils/ii_vatican_council/documents/vat-ii_const_19641121_lumen-gentium_it.html).

(4) *Angelus* per la festività di Tutti Santi 2019, cfr. <https://www.vaticannews.va/it/papa/news/2019-11/francesco-tanti-sono-santi-porta-accanto.html>.

(5) Sulla riforma delle procedure per la canonizzazione, v. Dalla Torre (1999).

A sua volta, questa forte implementazione numerica implica anche un moltiplicarsi dei modelli di santità offerti all'imitazione dei credenti. Si tratta di una conseguenza del tutto coerente con la concettualizzazione di una santità per tutti. Se infatti si può (e si deve) perseguire l'ideale della santità in tutte le condizioni personali e di vita, allora è chiaro che i modelli esemplari ammessi dalla Chiesa sono numerosi tanto quanto lo sono queste condizioni. Nuovi santi e sante che assurgono agli altari forniscono quindi modelli differenziati, in cui persone in situazioni anche molto diverse possono trovare esempi adatti a guidarle nel loro percorso individuale. Così, la Chiesa offre modelli di maternità nel mondo contemporaneo, ad esempio tramite la figura di Gianna Beretta Molla (Ponzo 2021, Turco 2021), di gioventù impegnata e attiva nel diffondere la fede mediante i nuovi media, ad esempio nella figura recentemente beatificata di Carlo Acutis⁽⁶⁾, di professionalità esercitata secondo principi cristiani (si pensi ad esempio al santo medico Giuseppe Moscati o al beato Rosario Livatino, giudice ucciso dalla mafia), e così via. Inoltre, il mondo cattolico ha colto con sempre maggior chiarezza il potenziale dei nuovi mezzi di comunicazione per diffondere il messaggio religioso⁽⁷⁾, quindi non stupisce il moltiplicarsi di rappresentazioni dei santi in una pluralità di testi che rinnovano profondamente l'agiografia tradizionale. Si pensi per esempio ai fumetti dedicati alle vite dei santi o alle pagine Facebook dedicate a figure canonizzate o in via di canonizzazione (Papasidero 2020, Salvati 2019).

Un ulteriore significativo cambiamento si riscontra a livello epistemico. Nel Novecento, sempre più l'agiografia tende a descriversi come "scienza storica" (Criscuolo, Ols e Sarno 2014, p. 199). La Chiesa, intesa sia come istituzione che come comunità, comincia a considerare in modo sempre più esplicito e articolato i santi non solo più come oggetti di culto, ma anche come oggetti culturali. Come dimostrato in Ponzo e Marino (2021), questo cambiamento si riflette anche nel modo di organizzare la conoscenza sui santi. Se fino agli anni a ridosso del Concilio Vaticano Secondo il genere testuale prevalente per elencare e

(6) Sul quale si veda Chiais (2022).

(7) Si veda ad esempio il Decreto sugli strumenti di comunicazione sociale *Inter mirifica* emanato dal Concilio Vaticano II: https://www.vatican.va/archive/hist_councils/ii_vatican_council/documents/vat-ii_decree_19631204_inter-mirifica_it.html.

organizzare le figure dei santi era il martirologio, basato su un criterio celebrativo e liturgico, nel 1961 viene pubblicato il primo volume della *Bibliotheca Sanctorum*, prima enciclopedia “ufficiale” dei santi, che include anche quelle figure espunte dal martirologio per insufficienza di prove storiche: anche se alcune figure la cui esistenza è risultata storicamente infondata non possono più essere fatte oggetto di culto, rimangono comunque parte di un patrimonio culturale da preservare, e dunque, anche se non trovano più posto nel martirologio, vengono incluse nel testo enciclopedico e possono essere soggetto di un discorso non tanto religioso quanto culturale e critico.

Nel corso del tempo, ulteriori cambiamenti epistemici sono sopraggiunti all’affermarsi di Internet e di testi digitali che presentano una pluralità di criteri tassonomici, permettendo forme sincretiche e interattive di fruizione di liste e storie di santi. Oltre a siti web e canali social di varia natura⁽⁸⁾, esiste un certo numero di app per smartphone dedicate ai santi, che attuano diverse strategie epistemiche e che si possono classificare secondo diversi principi o funzioni. Proprio su queste app si soffermerà la trattazione che segue, che espone alcuni risultati di uno studio che prende in considerazione non solo la struttura e il funzionamento delle app, ma anche i paratesti, in particolare i testi di presentazione delle app.

Secondo Gérard Genette (1982), lo studio del paratesto⁽⁹⁾ è una delle migliori prospettive per cogliere la dimensione pragmatica del testo, il suo modo di agire sul lettore. In altre parole, il paratesto è un luogo fondamentale per cogliere le caratteristiche del patto o contratto di lettura proposto dall’opera al suo lettore modello. Il focus sui testi di presentazione delle app che ne descrivono sia le caratteristiche che i principi epistemicci alla base della loro progettazione e del loro funzionamento rappresenta l’applicazione di un metodo di lavoro simile a quello già usato da Ponzo e Marino (2021) per l’analisi della *Bibliotheca Sanctorum* e del *Martirologio Romano*, entrambe opere ricchissime di indicazioni paratestuali volte a

(8) Un esempio è il sito “Santiebeati.it”, che offre vari tipi di indici che organizzano i lemmi dei santi secondo diversi criteri, dall’ordine alfabetico a quello della celebrazione, dai patronati ai più visitati ecc. (cfr. Ponzo e Marino 2021). Sulla presenza dei santi nei nuovi media, si rimanda ai lavori del Seminario Permanente dei Santi Internauti, in particolare Santi e Solvi (2019), nonché Vissio e Marino (2019) e Marino (2021).

(9) Ossia l’insieme di indicazioni che circondano il testo stesso (come ad esempio titolo, prefazione, postfazione, epigrafi ecc.).

elucidarne il funzionamento e a orientare la loro fruizione secondo principi epistemici e valori teologici-religiosi. La ricchezza del paratesto di tutti questi testi, che hanno in comune lo scopo di sistematizzare il sapere sui santi organizzandoli in categorie basate su diverse assiologie, è un chiaro indizio del loro essere testi “chiusi”⁽¹⁰⁾, che lasciano al lettore una libertà interpretativa e pragmatica limitata e basata su un contratto di cui il paratesto stesso definisce le caratteristiche e i limiti in modo preciso.

2. Le app e le loro funzioni

L’analisi della struttura e dei paratesti delle app sui santi, con particolare riferimento a quelle in italiano, mi ha permesso di individuare cinque funzioni alla base dell’organizzazione dei lemmi dei santi. Tali funzioni, a fini puramente operativi, si possono denominare: funzione fatica sociale; (ri-)costruzione della memoria culturale; funzione performativa morale; funzione fatica spirituale; funzione performativa devozionale. Sebbene in alcune app sia fortemente predominante una di queste funzioni, nella maggioranza dei casi è palese l’integrazione di più funzioni.

2.1. Funzione fatica sociale

“Santo del giorno — ogni giorno un santo” è un’app molto semplice, che presenta una schermata con l’icona, il nome e la data del santo del giorno, una sorta di santino virtuale. Non c’è una descrizione verbale della vita o delle caratteristiche del santo, e l’unica azione permessa è la condivisione. In questa app, l’icona e il nome del santo servono ad attivare una porzione dell’*enciclopedia* personale dell’utente, che grazie all’app può rinverdire la sua memoria riguardo a quel santo, ricordando la sua figura, oppure integrare o approfondire la sua conoscenza, per esempio andando autonomamente a cercare informazioni su Internet, o ancora rivolgere una lode o una piccola preghiera come quella che l’app aggiunge automaticamente nel momento della condivisione. Ad esempio,

(10) In senso echiano, cfr. Eco (1979).

la condivisione del santino virtuale del Beato Bertoldo (29 marzo) su Whatsapp o via SMS è accompagnata dal messaggio automatico “Beato Bertoldo / Proteggici ogni giorno”, corredato dalle emoji dell’“angioletto” e delle “mani giunte”. Tuttavia, più ancora della costruzione o ricostruzione della memoria culturale o dell’invito alla devozione, questa app ha una funzione fatica sociale, perché appunto consente soltanto di condividere il contenuto con i propri contatti attraverso vari canali, da mail ad applicazioni di messaggistica a social networks. I commenti degli utenti su Play Store confermano la centralità di questa funzione: molti scrivono che grazie a quest’app si ricordano di fare gli auguri ai loro contatti nel giorno del loro onomastico. Questo risponde perfettamente a quanto Roman Jakobson (1960) ha definito “funzione fatica”, che è preponderante in comunicazioni in cui ad essere importante non è il contenuto in sé — nel nostro caso, la figura del santo —, ma l’apertura di un canale di comunicazione tra un mittente e un destinatario.

L’app “Santo di Oggi” è simile a “Santo del giorno”. Qui però, oltre al santino virtuale che riporta immagine, nome e data della celebrazione del santo, c’è anche un incipit di una breve biografia del santo, per leggere il seguito della quale si deve cliccare sul link al sito www.santodelgiorno.it. Oltre a questo, si può scorrere il calendario, si possono impostare promemoria giornalieri che ricordino automaticamente all’utente il santo del giorno anche senza aprire l’app e poi si può condividere il santo del giorno. Anche in questo caso, la condivisione garantisce una funzione fatica sociale, ma la funzione della (ri-)costruzione della memoria culturale è più marcata, dal momento che l’app dà agevolmente modo all’utente di leggere (e dunque scoprire o riscoprire) la storia della vita del santo.

Al contrario, nell’app “iSanti” prevale nettamente la funzione fatica sociale. La schermata principale dell’app mostra il santo del giorno, poi si può scorrere il calendario avanti e indietro, selezionare un giorno particolare e visualizzare la lista di tutti i santi. Inoltre, come riporta la presentazione dell’app, «selezionando un giorno è possibile verificare nella rubrica chi festeggia l’onomastico ed inviare una mail, un SMS o effettuare una chiamata senza dover uscire dall’applicazione»⁽¹¹⁾. La presentazione menziona anche una nuova versione che consente, tra altre

(11) <https://www.iphoneitalia.com/63300/isanti-lelenco-dei-santi-su-iphone>.

attività, anche di inviare email multiple, e di mandare frasi di auguri selezionandole da un elenco preimpostato. Tutto questo accento posto sulla condivisione e sull'invio degli auguri sono evidenti indizi dell'importanza che la funzione fatica sociale riveste in quest'app.

Nelle app in cui prevale questa funzione, i santi assumono un ruolo di mediazione, diventando "canale" in senso jakobsoniano: la loro figura, più che avere importanza di per sé, ha la funzione di creare o rinnovare il contatto tra utenti tra cui, mediante l'app, avviene una condivisione di contenuti che fanno riferimento a una enciclopedia, presumibilmente anche a una fede, comune. Si rinforza così il senso di appartenenza a una comunità che fa riferimento a personaggi e culti tradizionali ma che è allo stesso tempo capace di dividerli grazie ai media digitali.

2.2. (Ri-)costruzione della memoria culturale

Ci sono poi app in cui è predominante la funzione della costruzione o ricostruzione della memoria culturale relativa ai santi. Le strategie messe in atto da questo tipo di app possono essere diverse. Come già accennato, la prima consiste nell'indurre l'utente a un processo di conoscenza, all'acquisizione di una competenza. Tale processo di costruzione del sapere si serve in primo luogo di un testo visivo, in cui l'immagine del santo è corredata da attributi che lo rendano immediatamente riconoscibile e che spesso evocano vicende fondamentali della sua vita; l'immagine è però anche legata a porzioni variabili di testo verbale, scritto, più o meno estese, che vanno dalla semplice indicazione del nome alla breve agiografia. Una seconda strategia consiste invece nel costruire o consolidare la memoria culturale dei santi ancorandola a dei luoghi fisici. È questo il caso ad esempio dell'app "Sulle orme dei santi", creata da una cooperativa incaricata dal comune di Palermo di valorizzare il patrimonio religioso della città, come si evince dalla presentazione:

La cooperativa Silene ha ideato un progetto che permettesse al visitatore, sia esso un palermitano che voglia riscoprire la sua città sia al turista che vi giunge per la prima volta, di scoprire Palermo con un occhio nuovo. Attraverso la vita dei suoi patroni — Santi e Geni che siano

— cercheremo di riscoprire la millenaria e stratificata storia di Palermo. Gli itinerari sono pensati infatti per offrire un punto di vista originale facendo conoscere luoghi altresì ricchi di storia e di fascino ma ancora misconosciuti senza comunque trascurare le mete classiche⁽¹²⁾.

In questo caso quindi è preponderante lo scopo di creare o rinnovare una memoria culturale non specificamente o esclusivamente religiosa, dal momento che santi e personaggi storici sono messi sullo stesso piano. In questo caso, i santi sono soprattutto un mezzo per veicolare la storia della città, per semantizzare i luoghi attribuendovi una memoria storico-religiosa.

Il carattere “ecologico” di quest’app, ossia il suo funzionare in diretto rapporto con la mappa e lo spazio reale di un certo luogo, la accomuna all’app “Follow JC Go!”, dove JC sta per Jesus Christ. Questa app è stata progettata sul modello di “Pokemon Go” e lanciata da una fondazione religiosa nel 2019 in occasione della Giornata Mondiale della Gioventù a Panama, ed è stata approvata da Papa Francesco⁽¹³⁾. L’utente di “Follow JC Go!” è invitato ad acquisire una serie di competenze, ossia scoprire nuovi santi o comunque conoscerli meglio, compiere buone azioni, interagire con altri credenti, ecc. Proprio come in “Pokemon Go”, l’utente dell’app fa tutto questo interagendo in maniera dinamica con l’ambiente che lo circonda (Ponzo e Marino 2021).

2.3. *Funzione performativa morale*

Sia “Sulle orme dei santi” che “Follow JC Go!” costruiscono un tipo di memoria culturale geolocalizzata. Tra le due app, tuttavia, “Follow JC Go!” ha uno scopo più dichiaratamente religioso. Infatti, non solo la figura del santo e la sua storia appaiono più centrali del luogo particolare in cui si collocano, ma oltre alla costruzione della memoria culturale, un’altra importante funzione è quella performativa morale, che si esprime in un invito pragmatico all’azione morale. Infatti, gli utenti

(12) <https://www.silenecoop.org/orma-dei-santi-app/>.

(13) https://www.corriere.it/tecnologia/18_ottobre_21/vaticano-lancia-follow-jc-go-caccia-pokemon-santi-9fea7236-d490-11e8-9355-485b45565bca.shtml.

di “Follow JC Go!” non solo collezionano le figure dei santi, ma sono invitati a svolgere determinati *tasks* devozionali ma soprattutto morali, come ad esempio perdonare un torto, o tollerare i difetti del prossimo.

La funzione performativa morale si ritrova anche in un'altra app in cui si combina con varie altre funzioni, vale a dire “Online con i santi”, versione italiana di “Online with saints”. L'app si presenta in combinazione con un libro (Remery 2020), per cui selezionando i QR code sul libro si accede a contenuti sull'app, e l'app a sua volta rimanda al libro. Nella presentazione leggiamo:

Immagina di incontrare e salutare un santo, che santo sceglieresti? “Online con i Santi” (#OnlineSaints) offre un incontro virtuale con più di 100 santi da tutto il mondo. Uomini e donne, falegnami e studiosi, mamme e papi, principi o poveri: ispirano le nostre vite e sono connessi alle domande nella vita reale moderna e insieme con loro si trovano delle risposte.

[...] L'app di Online con i Santi contiene il profilo social di più di 100 santi con fatti interessanti, citazioni, preghiere e storie accattivanti sulla fede personale, l'amore e il sacrificio. Facendo la scansione dell'immagine del santo, si può sentire la narrazione in prima persona. Puoi anche farti un selfie con il santo scelto. Si può anche condividere quanto trovato e addirittura personalizzare la app attraverso un profilo personale di #OnlineSaints.

[...] Nel libro di Online con i Santi, trovi risposte alle questioni complicate della vita moderna sulla base dell'esperienza di vita di uno o più santi. I lettori sono aiutati a crescere nella loro relazione con Dio ed a imparare di più sulla fede attraverso affascinanti esperienze, sfide, eroismo, santità ma anche fallimenti dei grandi amici di Dio.

[...] Chiunque può diventare santo! Ogni santo è diverso, con la propria personalità e destino. Ognuno di loro ha trovato la propria vocazione in un modo diverso, dimostrando che Dio ha un piano speciale per ogni individuo. I partecipanti sono invitati e aiutati a discernere il loro proprio cammino personale verso la santità⁽¹⁴⁾.

(14) <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.tweetingwithsaints&hl=it&gl=US>.

2.4. *Funzione fatica spirituale*

In “Online con i santi” si riscontra non solo una chiara funzione performativa, per cui l’utente è invitato a prendere i santi come modelli per agire nel suo quotidiano e di fronte alle sfide della vita, ma anche la funzione fatica nella doppia accezione di sociale e spirituale: da una parte la funzione fatica sociale — mediante la condivisione dei contenuti con i propri contatti — e dall’altra una funzione fatica che si può definire spirituale perché consiste nel tentativo di creare o mimare un canale di comunicazione diretta con un personaggio religioso che non è di questo mondo. In particolare, l’app è organizzata in modo simile a un social network, in cui santi e sante hanno il proprio profilo e la propria bacheca, in cui pubblicano post il cui discorso è in prima persona e che contengono ad esempio aneddoti storici e biografici o preghiere, ma che esprimono anche le loro emozioni (speranze, timori, desideri, ecc.). Inoltre, cliccando accanto all’icona del santo (che funziona come una foto del profilo, realizzata però con uno stile che ricorda il disegno o il cartone animato), ci si può scattare un selfie con il santo o la santa selezionata. Con questa funzione si attiva la videocamera dello smartphone che inquadra l’utente, mentre in primo piano a sinistra compare l’icona del profilo del santo con il logo dell’app: in questo modo, il volto dell’utente e quello del santo o della santa in sovrapposizione risultano affiancati, come in un selfie, anche se l’effetto realistico è subito negato dallo stile dell’icona, che appunto non intende mimare la fotografia. Questa app, dunque, offre la possibilità di un’esperienza di comunicazione diretta con i santi, attuando però strategie enunciative che combinano efficacemente *embrayage* e *débrayage*, dando all’utente un’impressione di prossimità e rapporto diretto, ma senza mai condurlo ad abbandonare la consapevolezza che il piano dell’enunciato è ben separato, e popolato da istanze che possono fino a un certo punto interagire con lui o lei, ma non lo inducono mai a una vera e propria “sospensione dell’incredulità”.

Si tratta di un tipo di interazione molto interessante che non riguarda solo la figura del santo, ma che emerge, *mutatis mutandis*, anche in altri ambiti. Mi riferisco in particolare ai rilevanti studi di Davide Sisto (2020, 2018) sui social che attuano strategie per dare ai vivi l’illusione di poter ancora comunicare, specialmente via chat, con i defunti, ma anche

a fenomeni diversi, come le app destinate principalmente ai bambini e che danno loro l'illusione di poter veramente chattare, telefonare o addirittura avere una videochiamata con Babbo Natale (Agnese 2021).

2.5. Funzione performativa devozionale

Oltre a una funzione performativa morale, esiste anche una funzione performativa più spiccatamente devozionale, che si esprime in app come "Santi e lodi", nella cui presentazione si legge:

Vuoi conoscere ed ascoltare i Santi di oggi, domani o qualsiasi giorno dell'anno? Vuoi recitare o ascoltare le più belle preghiere? Vuoi ascoltare alcuni tra i più significativi aforismi cristiani? Vuoi creare una lode? SANTI e LODI nasce per tutto ciò. Puoi ascoltare le lodi ai Santi di qualsiasi giorno, sentir recitare le preghiere più intense e leggere gli aforismi più toccanti dei Padri della chiesa o di illustri personalità. L'applicazione può anche creare una lode in automatico da innalzare al Cielo⁽¹⁵⁾.

In questo caso, oltre alla costruzione della memoria culturale dei santi, appare preponderante la funzione devozionale, ossia l'incoraggiamento dei fedeli alla preghiera. Un funzionamento simile caratterizza l'app "Le preghiere dei santi", nella cui presentazione si legge:

Santità e preghiera costituiscono da sempre un binomio indissolubile: tutti gli uomini di Dio hanno dedicato molto tempo alla preghiera, ed il rapporto con il Signore che ne è scaturito, ha trasformato la loro vita in preghiera-offerta vivente.

L'applicazione raccoglie le preghiere di 127 santi e beati elencati in ordine cronologico e in ordine alfabetico. Sono preghiere adatte ad ogni circostanza della giornata. I santi ci invitano a cercare Dio nelle faccende quotidiane. Preghiamo insieme ai santi!⁽¹⁶⁾.

(15) https://play.google.com/store/apps/details?id=com.antmodstudios.santielodiodiofficial&hl=en_US&gl=US.

(16) <https://apps.apple.com/it/app/preghiere-dei-santi/id1213873807>.

3. Conclusione

L'analisi di un corpus di app dedicate ai santi ha condotto all'individuazione di alcune funzioni ricorrenti e spesso compresenti, che si possono descrivere sinteticamente come segue:

Funzione	Descrizione	Principali strategie mediali
Fatica sociale	Favorisce contatti e scambi sociali mediante il riferimento ai santi come elementi dell'enciclopedia condivisa.	Creazione di contenuti da <i>condividere</i> (ad es. tramite mail, servizi di messaggistica, social media...).
Fatica spirituale	Favorisce l'impressione di avere un contatto diretto con i santi.	Creazione di contenuti che sfruttano la modalità del <i>discorso</i> (io-tu) (ad es. simulazioni di racconti in prima persona, di dialoghi diretti o foto con i santi).
Performativa morale	Incoraggia all'azione morale.	Proposta di <i>tasks</i> geo-localizzati. Proposta dei santi come modelli di comportamento mediante la narrazione delle loro storie.
Performativa devozionale	Incoraggia la devozione e il culto, specie mediante la preghiera.	Proposta di preghiere dei/ai santi, secondo diversi criteri di classificazione. Proposta di creazione di nuove preghiere in modo più o meno automatizzato.
(Ri-)costruzione della memoria culturale	Incoraggia la conoscenza dei santi soprattutto come soggetti culturali.	Geolocalizzazione. Racconto della storia della vita. Iconografia.

Considerare questa sommaria tassonomia delle app sui santi alla luce del contesto culturale le cui linee principali sono state messe in evidenza in apertura conduce ad alcune riflessioni. Innanzitutto, in tutti i casi qui considerati i santi funzionano come *media*⁽¹⁷⁾: la loro figura, più che avere importanza di per sé, funziona spesso come mezzo, o come *innesco*, per l'acquisizione di una serie di competenze — ad esempio acquisire una conoscenza culturale — o per il compimento di una serie di azioni, dalla preghiera, alle azioni morali verso il prossimo e nella propria vita. Si potrebbe pensare che questa sia una nuova versione — in parte secolarizzata — della loro tradizionale funzione di intercessione. Se tradizionalmente la cultura cattolica attribuisce al santo il compito di intercessore tra l'uomo e Dio, queste app esaltano invece il ruolo del santo come intermediario e veicolo di conoscenza e azione, non solo di tipo religioso e devozionale, ma anche morale e culturale. Mentre tradizionalmente il ruolo mediale del santo era pensato soprattutto secondo un rapporto di verticalità⁽¹⁸⁾ (uomo–santo–divinità), nelle app qui analizzate sembra assumere molta importanza anche un asse orizzontale (uomo–santo–uomo). Così, ad esempio, è vero che molte app riprendono l'organizzazione dei santi secondo un ordine calendariale già tipico del genere del martirologio, ma se tale ordine in passato era motivato da uno scopo preponderante liturgico e devozionale, in queste app assume un valore diverso, più legato alla funzione fatica sociale del contattare amici e conoscenti per fare loro gli auguri di buon onomastico che non a uno scopo primariamente culturale.

Un diverso tipo di orizzontalità implicato da queste app è dato dalla standardizzazione delle figure dei santi: da una parte, raramente le app danno una panoramica completa dei santi, ad esempio elencando tutti i santi del giorno. Vi è dunque alla base la selezione di alcune figure (e naturalmente l'omissione di altre). Inoltre, le figure selezionate vengono narrate secondo schemi e strutture testuali ricorrenti. In questo modo non solo si creano effetti di ripetitività (già propri ad esempio delle piccole biografie incluse nei martirologi), ma anche si perdono almeno in

(17) Anche Leone (2010, p. 1) nota che «saints are among the most formidable communication media of Catholicism».

(18) Sulla verticalità che caratterizza il discorso della preghiera nella tradizione cattolica, cfr. Marschiani (2008).

parte alcuni tratti tradizionali, come ad esempio il senso della gerarchia tra i santi. Infatti, sebbene la Chiesa, con la canonizzazione, stabilisce che un santo deve essere considerato tale da tutta la comunità dei fedeli, vi sono santi il cui culto è locale, altri il cui culto è diffuso molto più ampiamente o addirittura universalmente: le app e, più in generale, i testi digitali dedicati ai santi che trovano diffusione su Internet, sono in grado di rendere meno netta questa gerarchia e la fama e il culto dei singoli santi, e potenzialmente anche di metterla in questione.

Un ultimo tipo di orizzontalità si ha nel fatto che queste app rendono i santi più presenti nella vita quotidiana delle persone, facendone delle figure più note, meno relegate a un contesto istituzionalizzato e culturale come lo spazio della chiesa o il momento celebrativo della messa. In un certo senso, si tratta di una orizzontalità temporale, che rende compresenti e allo stesso tempo fuori dal tempo figure vissute in epoche storiche molto diverse.

L'orizzontalità, nei vari aspetti qui delineati, si colloca su una linea di coerenza rispetto all'ideale di santità "della porta accanto" affermatosi nel corso del Novecento, sancito nel corso del Concilio Vaticano Secondo e promosso dai pontefici fino ai nostri giorni, che invita il fedele a costruire con i santi una relazione di amicizia, vicinanza, presenza quotidiana. Questo, unitamente alla rappresentazione multimediale dei santi nella cultura contemporanea, non può non ricordare alcune delle dinamiche che Peppino Ortoleva (2019) identifica come costitutive dei "miti a bassa intensità".

Si può infine ipotizzare che le app dei santi rappresentino un ulteriore passo avanti nella storia dell'iconografia religiosa, e in particolare del santino, inteso come immagine devozionale spesso multimodale nell'integrare testo verbale e visivo e riproducibile su vasta scala. Il genere testuale del santino ha subito una costante trasformazione parallela all'evoluzione della storia dei media: dalla xilografia, alla stampa, alla fotografia⁽¹⁹⁾, solo per citare alcune delle tecniche con cui questi testi sono stati realizzati nel corso dei secoli. Con l'avvento dei media digitali, e specialmente con le app, il santino conosce un'ulteriore trasformazione: si struttura in ipertesti più complessi, subisce modifiche

(19) Per una riflessione semiotica sui santini fotografici v. Dondero (2008).

iconografiche significative e diventa anello di una complessa catena sintagmatica organizzata secondo assiologie e criteri tassonomici che l'analisi qui proposta ha cercato di mettere in luce, limitatamente a uno studio della dimensione testuale, paratestuale e pragmatica.

È chiaro dunque che le app dei santi, anche quelle più semplici, sono testi che raccolgono un'eredità secolare — dal martirologio al santino, all'enciclopedia dei santi — e la rielaborano a proprio modo, secondo le specificità del medium e la sensibilità contemporanea. Costituiscono perciò un oggetto di studio rilevante sotto vari punti di vista, non ultimo il loro valore epistemico, ossia il fatto di rappresentare le figure dei santi in un sistema governato da precise assiologie che a loro volta strutturano la tassonomia implicata da ciascuna app. Proprio allo scoprire i principi tassonomici e le funzioni correlate è stata dedicata questa analisi testuale e paratestuale, che può fornire un primo spunto per approfondire lo studio delle app dei santi in chiave non solo semiotica, ma anche storica, sociologica e perfino economica.

Riferimenti bibliografici

- Agnese A. (2021) “B4bbo N474I3. Lo spettro digitale di Santa Claus”, in J. Ponzo e G. Vissio (a cura di), *Culture della persona: itinerari di ricerca tra semiotica, filosofia e scienze umane*, Accademia University Press, Torino, 199–212.
- Chiais E. (2022) “Davanti a San Pietro in sneakers e blue jeans: riflessioni semiotiche sul corpo rivestito di Carlo Acutis”, in M. Papisidero e M. Resta (a cura di), *I santi internauti 2. Agiografia, devozioni e icone digitali*, Viella, Roma, 125–135.
- Criscuolo V., D. Ols e R. Sarno (2014) *Le cause dei santi. Sussidio per lo Studium*, Libreria Editrice Vaticana, Città del Vaticano.
- Dalla Torre G. (1999) *Santità e diritto: sondaggi nella storia del diritto canonico*, Giappichelli, Torino.
- Dondero M.G. (2008) “Il sacro approssimato: la fotografia artistica e devozionale”, in N. Dusi e G. Marrone (a cura di), *Destini del sacro. Discorso religioso e semiotica della cultura*, Meltemi, Roma, 129–142.
- Eco, U. (1979) *Lector in fabula. La cooperazione interpretativa nei testi narrativi*, Bompiani, Milano.
- Genette G. (1982) *Palimpsestes: la littérature au second degré*, Seuil, Paris.

- Jakobson R. (1960) "Closing Statement: Linguistics and Poetry", in T. Sebeok (a cura di), *Style in Language*, MIT Press, Cambridge (MA), 350–377.
- Leone M. (2010) *Saints and Signs: A Semiotic Reading of Conversion in Early Modern Catholicism*, De Gruyter, Berlin–New York.
- Marino G. (2021) "Religione e Internet. Il caso dei meme agiografici", in V. Montieri (a cura di), *La manipolazione del sacro. L'immagine religiosa nel mondo della comunicazione*, Mimesis, Milano–Udine, 287–319.
- Marino G. e G. Vissio (2019) "Santi, meme e identità", in J. Ponzo e F. Galofaro (a cura di), *Semiotica e santità. Prospettive interdisciplinari*, CIRCE, Torino, 187–201.
- Marsciani F. (2008) "Il discorso della preghiera (un abbozzo)", in N. Dusi e G. Marrone (a cura di), *Destini del sacro. Discorso religioso e semiotica della cultura*, Meltemi, Roma, 305–314.
- Ortoleva P. (2019) *Miti a bassa intensità: racconti, media, vita quotidiana*, Einaudi, Torino.
- Papasidero M. (2020) *San Gerardo a fumetti: miracoli, ierofanie e semantiche di luce*, "Giornale di Storia", 32, https://www.giornaledistoria.net/wp-content/uploads/2020/07/Papasidero-Gerardo-a-fumetti-1.pdf?fbclid=IwAR-36oVL51OC9s8-tlWaBd4XmxU3KJ-WsPXFDC_cfnRMM8EcmJb-3QkyjFRE4.
- Ponzo J. (2021) *Motherhood and Personhood: The Canonization of Gianna Beretta Molla and the Figurativization of Catholic Norms*, "International Journal for the semiotics of Law", <https://link.springer.com/article/10.1007/s11196-020-09813-7>.
- Ponzo J. e G. Marino (2021) *Modelizing Epistemologies: Organizing Catholic Sanctity from Calendar-based Martyrologies to today's mobile apps*, "Semiotica", 239: 201–223.
- Ponzo J. e E. Rai (2019) *Heroicity and sanctity in Catholic thought from early modern to contemporary age*, "Ocula", 20, <https://www.ocula.it/files/OCULA-FluxSaggi-PONZO-RAI-Heroicity-and-sanctity-in-catholic-thought-from-early-modern-to.pdf>.
- Remery M. (2020) *Online with saints: discover friends and companions on your path to God*, Incorporated Catholic Truth Society, London.
- Salvati A. (2019) "Le fanpage di Facebook dedicate ai santi", in C. Santi e D. Solvi (a cura di), *I santi internauti. Esplorazioni agiografiche nel web*, Viella, Roma, 109–125.

- Santi C. e D. Solvi (2019) *I santi internauti. Esplorazioni agiografiche nel web*, Viella, Roma.
- Sisto D. (2018) *La morte si fa social: immortalità, memoria e lutto nell'epoca della cultura digitale*, Bollati Boringhieri, Torino.
- Sisto D. (2020) *Ricordati di me. La rivoluzione digitale tra memoria e oblio*, Bollati Boringhieri, Torino.
- Turco F. (2021) *To be Mother or not? Cultural Models of Motherhood and Their Meaning Effects on Gendered Representations*, "International Journal for the semiotics of Law", <https://link.springer.com/article/10.1007/s11196-021-09831-z>.

I SAGGI DI LEXIA

1. Gian Marco DE MARIA (a cura di)
Ieri, oggi, domani. Studi sulla previsione nelle scienze umane
ISBN 978-88-548-4184-0, formato 17 × 24 cm, 172 pagine, 11 euro
2. Alessandra LUCIANO
Anime allo specchio. Le mirouer des simples ames di Marguerite Porete
ISBN 978-88-548-4426-1, formato 17 × 24 cm, 168 pagine, 12 euro
3. Leonardo CAFFO
Soltanto per loro. Un manifesto per l'animalità attraverso la politica e la filosofia
ISBN 978-88-548-4510-7, formato 17 × 24 cm, 108 pagine, 10 euro
4. Jenny PONZO
Lingue angeliche e discorsi fondamentalisti. Alla ricerca di uno stile interpretativo
ISBN 978-88-548-4732-3, formato 17 × 24 cm, 356 pagine, 20 euro
5. Gian Marco DE MARIA, Antonio SANTANGELO (a cura di)
La TV o l'uomo immaginario
ISBN 978-88-548-5073-6, formato 17 × 24 cm, 228 pagine, 15 euro
6. Guido FERRARO
Fondamenti di teoria sociosemiotica. La visione "neoclassica"
ISBN 978-88-548-5432-1, formato 17 × 24 cm, 200 pagine, 12 euro
7. Piero POLIDORO
Umberto Eco e il dibattito sull'iconismo
ISBN 978-88-548-5267-9, formato 17 × 24 cm, 112 pagine, 9 euro
8. Antonio SANTANGELO
Le radici della televisione intermediale. Comprendere le trasformazioni del linguaggio della TV
ISBN 978-88-548-5481-9, formato 17 × 24 cm, 244 pagine, 19 euro
9. Gianluca CUOZZO
Resti del senso. Ripensare il mondo a partire dai rifiuti
ISBN 978-88-548-5231-0, formato 17 × 24 cm, 204 pagine, 14 euro
10. Guido FERRARO, Antonio SANTANGELO (a cura di)
Uno sguardo più attento. I dispositivi di senso dei testi cinematografici
ISBN 978-88-548-6330-9, formato 17 × 24 cm, 208 pagine, 13 euro

11. Massimo LEONE, Isabella PEZZINI (a cura di)
Semiotica delle soggettività
ISBN 978-88-548-6329-3, formato 17 × 24 cm, 464 pagine, 30 euro
12. Roberto MASTROIANNI (a cura di)
Writing the city. Scrivere la città Graffitiismo, immaginario urbano e Street Art
ISBN 978-88-548-6369-9, formato 17 × 24 cm, 284 pagine, 16 euro
13. Massimo LEONE
Annunciazioni. Percorsi di semiotica della religione
ISBN 978-88-548-6392-7, formato 17 × 24 cm, 2 tomi, 1000 pagine, 53 euro
14. Antonio SANTANGELO
Sociosemiotica dell'audiovisivo
ISBN 978-88-548-6460-3, formato 17 × 24 cm, 216 pagine, 14 euro
15. Mario DE PAOLI, Alessandro PESAVENTO
La signora del piano di sopra. Struttura semantica di un percorso narrativo onirico
ISBN 978-88-548-6784-0, formato 17 × 24 cm, 88 pagine, 9 euro
16. Jenny PONZO
La narrativa di argomento risorgimentale (1948–2011). Tomo I. Sistemi di valori e ruoli tematici. Tomo II. Analisi semiotica dei personaggi
ISBN 978-88-548-7751-1, formato 17 × 24 cm, 2 tomi, 788 pagine, 45 euro
17. Guido FERRARO, Alice GIANNITRAPANI, Gianfranco MARRONE, Stefano TRANI (a cura di)
Dire la Natura. Ambiente e significazione
ISBN 978-88-548-8662-9, formato 17 × 24 cm, 488 pagine, 28 euro
18. Massimo LEONE
Signatim. Profili di semiotica della cultura
ISBN 978-88-548-8730-5, formato 17 × 24 cm, 688 pagine, 40 euro
19. Massimo LEONE, Henri DE RIEDMATTEN, Victor I. STOICHITA
*Il sistema del velo / Système du voile.
Trasparenze e opacità nell'arte moderna e contemporanea / Transparence et opacité dans l'art moderne et contemporain*
ISBN 978-88-548-8838-8, formato 17 × 24 cm, 344 pagine, 26 euro
20. Mattia THIBAUT (a cura di)
Gamification urbana. Letture e riscritture ludiche degli spazi cittadini
ISBN 978-88-548-9288-0, formato 17 × 24 cm, 280 pagine, 20 euro

21. Ugo VOLLI
Alla periferia del senso. Esplorazioni semiotiche
ISBN 978-88-548-9465-5, formato 17 × 24 cm, 380 pagine, 22 euro
22. Giampaolo PRONI
La semiotica di Charles S. Peirce. Il sistema e l'evoluzione
ISBN 978-88-255-0064-6, formato 17 × 24 cm, 480 pagine, 22 euro
23. Guido FERRARO, Antonio SANTANGELO (a cura di)
I sensi del testo. Percorsi interpretativi tra la superficie e il profondo
ISBN 978-88-255-0060-8, formato 17 × 24 cm, 208 pagine, 12 euro
24. Marianna BOERO
Linguaggi del consumo. Segni, luoghi, pratiche, identità
ISBN 978-88-255-0130-8, formato 17 × 24 cm, 192 pagine, 16 euro
25. Guido FERRARO (a cura di)
Narrazione e realtà. Il senso degli eventi
ISBN 978-88-255-0560-3, formato 17 × 24 cm, 244 pagine, 15 euro
26. Alessandro PRATO (a cura di)
Comunicazione e potere. Le strategie retoriche e mediatiche per il controllo del consenso
ISBN 978-88-255-0942-7, formato 17 × 24 cm, 164 pagine, 12 euro
27. Vitaliana ROCCA
La voce dell'immagine. Parola poetica e arti visive nei Neue Gedichte di Rilke
ISBN 978-88-255-0973-1, formato 17 × 24 cm, 176 pagine, 12 euro
28. Vincenzo IDONE CASSONE, Bruno SURACE, Mattia THIBAUT (a cura di)
I discorsi della fine. Catastrofi, disastri, apocalissi
ISBN 978-88-255-1346-2, formato 17 × 24 cm, 260 pagine, 18 euro
29. Patrícia BRANCO, Nadirsyah HOSEN, Massimo LEONE, Richard MOHR (edited by)
Tools of Meaning. Representation, Objects, and Agency in the Technologies of Law and Religion
ISBN 978-88-255-1867-2, formato 17 × 24 cm, 296 pagine, 18 euro
30. Simona STANO
I sensi del cibo. Elementi di semiotica dell'alimentazione
ISBN 978-88-255-2096-5, formato 17 × 24 cm, 228 pagine, 18 euro
31. Guido FERRARO
Semiotica 3.0. 50 idee chiave per un rilancio della scienza della significazione
ISBN 978-88-255-2318-8, formato 17 × 24 cm, 308 pagine, 18 euro

32. Simone GAROFALO
Narrarsi in salvo. Semiosi e antropo-poiesi in due buddhismi giapponesi
ISBN 978-88-255-2368-3, formato 17 × 24 cm, 516 pagine, 26 euro
33. Massimo LEONE
Il programma scientifico della semiotica. Scritti in onore di Ugo Volli
ISBN 978-88-255-2763-6, formato 17 × 24 cm, 228 pagine, 18 euro
34. Massimo LEONE, Bruno SURACE, Jun ZENG (edited by)
The Waterfall and the Fountain. Comparative Semiotic Essays on Contemporary Arts in China
ISBN 978-88-255-2787-2, formato 17 × 24 cm, 360 pagine, 25 euro
35. Jenny PONZO, Mattia THIBAUT, Vincenzo IDONE CASSONE (a cura di)
Languagescapes. Ancient and Artificial Languages in Today's Culture
ISBN 978-88-255-2958-6, formato 17 × 24 cm, 236 pagine, 22 euro
36. Andrea MAZZOLA
Trasumano mon amour. Note sul movimento H+ (scritti 2015-2019)
Prefazione di Riccardo de Biase
Traduzione di Annamaria Di Gioia, Federica Fiasca, Francesco Tagliavia, Giorgio Cristina
ISBN 978-88-255-3029-2, formato 17 × 24 cm, 288 pagine, 18 euro
37. Mattia THIBAUT
Ludosemiotica. Il gioco tra segni, testi, pratiche e discorsi
Prefazione di Ugo Volli
ISBN 978-88-255-3212-8, formato 17 × 24 cm, 236 pagine, 16 euro
38. Massimo LEONE
Colpire nel segno. La semiotica dell'irragionevole
ISBN 978-88-255-3381-1, formato 17 × 24 cm, 252 pagine, 18 euro
39. Massimo LEONE
Scevà. Parasemiotiche
ISBN 978-88-255-3455-9, formato 17 × 24 cm, 236 pagine, 16 euro
40. Federico BIGGIO, Victoria DOS SANTOS, Gianmarco Thierry GIULIANA (eds.)
Meaning-Making in Extended Reality. Senso e Virtualità
ISBN 978-88-255-3432-0, formato 17 × 24 cm, 336 pagine, 22 euro
41. Gabriele MARINO
Frammenti di un disco incantato. Teorie semiotiche, testualità e generi musicali
Prefazione di Andrea Valle
Postfazione di Ugo Volli
ISBN 978-88-255-3586-0, formato 17 × 24 cm, 244 pagine, 17 euro

42. Xianzhang ZHAO
Text – Image Theory: Comparative Semiotic Studies on Chinese Traditional Literature and Arts
ISBN 979-12-5994-008-7, formato 17 × 24 cm, 288 pagine, 22 euro
43. Cristina VOTO
Monstruos audiovisuales. Agentividad, movimiento y morfología
Prefazione di Massimo Leone
ISBN 979-12-5994-419-1, formato 17 × 24 cm, 108 pagine, 10 euro
44. Silvia BARBOTTO, Cristina VOTO, Massimo LEONE (eds.)
Rostróferas de America Latina. Culturas, traducciones y mestizajes
ISBN 979-12-5994-921-9, formato 17 × 24 cm, 212 pagine, 18 euro
45. Jenny PONZO, Francesco GALOFARO (a cura di)
Autobiografie spirituali
ISBN 979-12-5994-878-6, formato 17 × 24 cm, 280 pagine, 16 euro
46. Massimo LEONE, Cristina VOTO (a cura di)
I cronotopi del volto
ISBN 979-12-218-0270-2, formato 17 × 24 cm, 260 pagine, 20 euro
47. Roberto FLORES
Magia Publicitaria. Semiótica de la eficacia simbólica
ISBN 979-12-218-0313-6, formato 17 × 24 cm, 184 pagine, 14 euro
48. Massimo LEONE, Antonio SANTANGELO (a cura di)
Semiotica e intelligenza artificiale
ISBN 979-12-218-0429-4, formato 17 × 24 cm, 308 pagine, 22 euro

Finito di stampare nel mese di marzo del 2023
dalla tipografia «The Factory S.r.l.»
via Tiburtina, 912 – 00156 Roma

NUOVI MEDIA, NUOVI MITI

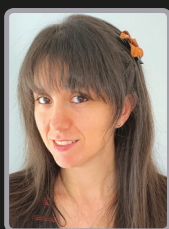
Il volume presenta i risultati di ricerche che attraversano diverse discipline — semiotica, sociologia dei media, estetica, filosofia del diritto — che animano il Centro Interdipartimentale di Ricerca sulla Comunicazione (CIRCe), fornendo un ventaglio di prospettive sulle nuove forme del discorso mitico, sul loro rapporto con i media e sulle reciproche influenze. Tale riflessione è da un lato informata dal classico assunto per cui “i media fanno il messaggio”, ovvero non sono solo veicoli di trasmissione del mito, ma ne influenzano forme e contenuti, dall’altro sembra particolarmente attuale per la proliferazione di mitologie disparate che trovano il proprio habitat vitale proprio nei media. I saggi qui raccolti si possono quindi pensare come altrettante risposte alle domande: i miti contemporanei si possono definire “nuovi”? Se sì, quanto e come la loro novità è correlata all’evoluzione mediatica?

Contributi di Silvia BARBOTTO, Federico BIGGIO, Victoria DOS SANTOS, José Luis FERNÁNDEZ, Francesco GALOFARO, Paolo HERITIER, Massimo LEONE, Roberto MASTROIANNI, Giuseppe MORELLO, Jenny PONZO, Antonio SANTANGELO, Simona STANO, Federico VERCELLONE, Ugo VOLLI.



JENNY PONZO

Professoressa associata di Semiotica presso l’Università degli Studi di Torino. È Principal Investigator del progetto di ricerca NeMoSanctI, “New Models of Sanctity in Italy (1960s–2010s) – A Semiotic Analysis of Norms, Causes of Saints, Hagiography, and Narratives” (nemosancti.eu), finanziato dall’ERC (European Research Council, ERC Starting Grant, g.a. 757314). È attualmente direttrice del Centro Interdipartimentale di Ricerca sulla Comunicazione (CIRCe), vice-direttrice della Scuola di Scienze Umanistiche e presidente del corso di laurea magistrale in Comunicazione e Culture dei Media. In precedenza ha svolto attività di ricerca e didattica presso l’Università di Losanna (Svizzera) e la Ludwig-Maximilians-University Munich (Germania). È autrice di numerosi saggi che vertono specialmente sulla semiotica delle culture religiose e della letteratura, tra cui *Religious narratives in Italian literature after the Second Vatican Council: a semiotic analysis* (De Gruyter 2019).



SIMONA STANO

Vincitrice di una Marie Curie Global Fellowship (progetto COMFECTION, 2019–2021), è professoressa associata di Semiotica presso l’Università degli Studi di Torino e vice-direttrice del Centro Interdipartimentale di Ricerca sulla Comunicazione. Ha svolto attività di ricerca presso numerosi atenei e centri di ricerca internazionali, tra cui l’International Semiotics Institute, la University of Toronto, l’Universitat de Barcelona, l’Observatorio de la Alimentación, la Kaunas University of Technology e la New York University. Si occupa principalmente di semiotica dell’alimentazione, del corpo, della cultura e studi sulla comunicazione, argomenti su cui ha pubblicato numerosi articoli, saggi, curatele e due monografie (*Eating the Other. Translations of the Culinary Code*, 2015; *I sensi del cibo. Elementi di semiotica dell’alimentazione*, 2018).



16,00 EURO

