POLITECNICO DI TORINO
Repository ISTITUZIONALE

Digital methods e data-driven storytelling per il design di narrative civiche conversazionali

Original
Digital methods e data-driven storytelling per il design di narrative civiche conversazionali / Monaci, Sara; Morreale, Domenico - In: Realtà mediali. Medialità, arti e narrazionipalermo : Palermo University Press, 2023. - ISBN 978-88-5509-567-9. - pp. 147-165

Availability:
This version is available at: 11583/2982227 since: 2023-09-17T10:19:25Z

Publisher:
Palermo University Press

Published
DOI:

Terms of use:

This article is made available under terms and conditions as specified in the corresponding bibliographic description in the repository

Publisher copyright

(Article begins on next page)

18 December 2025

PALERMO
UNIVERSITY
PRESS

Realtà mediali

Medialità, arte e narrazioni

A CURA DI
ANNA FICI
CLAUDIO GNOFFO

ARTE E COMUNICAZIONE

Arte e Comunicazione

1

REALTÀ MEDIALI.
MEDIALITÀ, ARTE E NARRAZIONI

a cura di
Anna Fici e Claudio Gnoffo

PALERMO
UNIVERSITY
PRESS

Arte e Comunicazione, 1

Realtà mediali. Medialità, arte e narrazioni
a cura di Anna Fici e Claudio Gnoffo

Direttrice: Anna Fici – Università degli Studi di Palermo

Comitato scientifico:
Simone Arcagni – Università degli Studi di Palermo
Alessio Arena – Universidad Nacional de Rosario
Massimo Bonura – Università Telematica eCampus
Sergio Brancato – Università degli Studi di Napoli Federico II
Lucas Del Chierico – Universidad Nacional de Rosario
Claudio Gnoffo – Università degli Studi Guglielmo Marconi
Stefano Piacenti – Accademia di Belle Arti di Roma
Mario Tirino – Università degli Studi di Salerno
Alberto Trobia – Università degli Studi di Palermo

'Arte e Comunicazione' è una collana sottoposta a peer review
'Arte e Comunicazione' is a Peer-Reviewed Series

Il volume è stato finanziato in parte coi FFR 2023 del Dipartimento Culture e Società

ISBN (libro a stampa): 978-88-5509-566-2

ISBN (online): 978-88-5509-567-9

© Copyright 2023 New Digital Frontiers srl
Via Serradifalco 78
90145 Palermo
www.newdigitalfrontiers.com

A Michele Perriera e Ludovico Durst,
Maestri d'Arte pulsante e vera.

Anna Fici

Indice

Una premessa 11
Anna Fici

La comunicazione veicola l'arte o la comunicazione è arte?
Una nota introduttiva 13
Anna Fici

I. Questioni sull'arte

Pandemics and the arts 39
Marcel Danesi

Antonioni_Barthes. Moda Fotografia Cinema 67
Tiziana Maria Di Blasio

Sedotti e affiliati. Quando l'immagine è impop-olare 89
Arrigo Musti

Una prospettiva creativa sulla disinformazione:
Il caso *inventarivm* 109
Eliana Urbano Raimondi

II. Medialità digitali

Ambienti virtuali e storytelling non lineare nei videogiochi 131
Arianna D'Ulizia e Marco Pirrone

Digital methods e data-driven storytelling per il design di narrative civiche conversazionali 147
Sara Monaci e Domenico Morreale

Ecologie della scena digitale. Le strategie coreografiche per ripristinare l'empowerment sociale 165
Letizia Gioia Monda

Verso una nuova "oggettività dell'empatia": come cambia il racconto giornalistico della realtà 179
Rebeca Andreina Papa e Luca Serafini

L'esperienza del cinema: emozioni, condivisione, forme idealtipiche 195
Vincenzo Pepe e Alberto Trobia

Sguardi on-demand. Per un'etnografia delle pratiche audiovisive ott 221
Nicolò Villani

III. Narrazioni comparate

Realtà sottovalutate: realismo, neorealismo e realtà tra teatro, cinema e media 239
Alessio Arena

Tra traducibilità e intermedialità. Il *case study* zerocalcare 247
Virginia Di Bari

L'archetipo dell'eroe nell'antichità e nelle rivisitazioni odierne del mito 263
Giancarlo Germanà Bozza

L'istante del contemporaneo. Etica del tempo qualitativo in Kierkegaard e in Dreyer 287
Nicolò Germano e Luca Iencarelli

L'apocalisse: come si presenta, come ce la raccontiamo 303
Claudio Gnoffo

Realtà #*nofilter* nella narrazione letteraria: pratiche spaziali e vita quotidiana nel nordest italiano 319
Olga Tzatzadaki

Nota finale ai testi 337
Luigi Amato

Una premessa

Anna Fici

Lo statuto dell'arte è cambiato. È cambiato così profondamente da rendere obsoleto persino il termine "statuto", in quanto esso allude a una, sia pur temporanea e breve, stabilità.

Precisamente, la parola "statuto", associata ad "arte", indica l'insieme dei principi fondamentali intorno a cui ruota l'organizzazione di questo particolare ambito dell'attività umana, nei due momenti essenziali, ovvero in quello della produzione e in quello della fruizione.

Il Convegno internazionale "Realtà mediali" – che si è svolto su piattaforma digitale, sotto l'egida del Dipartimento Culture e Società dell'Università di Palermo, dal 16 al 18 marzo 2022 – è stato pensato e organizzato proprio per dare l'avvio a una riflessione ampia, interdisciplinare e partecipata sui mutamenti che stanno interessando quel vasto ambito, dai confini oggi decisamente meno distinti e distinguibili che in passato, dell'arte e della comunicazione.

Stiamo assistendo già da alcuni decenni a un processo di ibridazione che coinvolge queste due dimensioni e che trasforma i media da mera "sede di" o "strumento" in elementi costitutivi del messaggio artistico, costringendo quest'ultimo a far propri i ritmi iperveloci del mutamento che interessa la sfera mediale. L'innovazione tecnologica non appartiene più soltanto alla dimensione strumentale; si fa essa stessa atto creativo.

Il panorama per gli studiosi che gravitano intorno a quest'ambito, sociologi, semiologi, antropologi, storici dell'arte, economisti, architetti, web designer e, in virtù dei cambiamenti in atto, ingegneri, scienziati cognitivi, *storyteller*…, è equiparabile a uno stupefacente magma lavico.

Assumendo per un attimo il punto di vista dei fruitori, convivono in essi curiosità e disorientamento anomico.

È per questo che in questa prima occasione convegnistica non abbiamo voluto imprimere un indirizzo preciso all'incontro, lasciando che somigliasse a un variopinto arcobaleno di punti di vista, esperienze e approcci: un vero e proprio *brainstorming* fra studiosi di vari ambiti. Le convergenze e le distanze non potevano essere assunte aprioristicamente ma rilevate come effetto emergente dal confronto.

"Realtà mediali" è stato, quindi, un titolo ombrello sotto cui si sono strette tante nuove amicizie che ci auguriamo diano, quali frutti, inedite, interessanti piste di ricerca. L'ampia ed eterogenea adesione alla *call* originaria ci ha molto gratificato e ha reso straordinariamente ricco l'incontro. Ci ha confermato che di tali momenti di confronto, nel contesto internazionale, c'è una gran fame.

Il materiale pervenuto è stato incredibilmente abbondante e di qualità. Difficile, quindi, è stata la scelta di un criterio in base al quale organizzare la prima pubblicazione della Collana editoriale "Arte e Comunicazione" nella quale, fin dall'inizio, avevamo pensato di far confluire le relazioni.

Per ragioni sia quantitative sia qualitative, si è reso necessario dividere la pubblicazione in due differenti volumi ai quali non pensiamo come a degli atti bensì come a dei prodotti che traggono spunto dal Convegno ma che si delineano come realtà culturali autonome.

Il primo volume, "Medialità, arte e narrazioni", riunisce i contributi in cui la dimensione artistica, pur nell'ibridazione di cui abbiamo detto prima, risulta sovraordinata a quella comunicativa.

Sedici paper ci offrono sedici differenti fermo immagine sull'odierno mondo dell'arte.

La comunicazione veicola l'arte o la comunicazione è arte? Una nota introduttiva

Anna Fici

Come hanno messo in evidenza, già vent'anni or sono, Bolter e Grusin (2003), la nostra cultura vuole sia moltiplicare i suoi media, sia cancellare ogni traccia di mediazione. Ovvero, vuole cancellare i suoi media nell'atto stesso di moltiplicare le tecnologie della mediazione. Questo è il paradosso che tutti noi oggi "abitiamo". Un paradosso che, soltanto a condizione di appartenere a una generazione che ha vissuto la fase pre-Internet e pre-social, è possibile riconoscere come tale. Anche se, nella ricostruzione della storia delle "rimediazioni" che Bolter e Grusin ci offrono, esse non sono un prodotto della digitalizzazione ma qualcosa che si è insinuato a livello profondo nella cultura occidentale, fin da tempi molto lontani.

Quanto alle più giovani generazioni, come ha affermato Marshall McLuhan nel 1966, i pesci non sanno nulla del mare. E occorrerebbe instillare in loro l'idea che la conoscenza sia oggi soprattutto consapevolezza delle più rilevanti questioni metacognitive. Credo sia questa la *mission* fondamentale della media educazione nell'età evolutiva ed eventualmente, più avanti, dei Corsi di Laurea in Scienze della Comunicazione per coloro che li scelgono.

Questi ultimi sono stati inaugurati in Italia agli inizi degli anni Novanta; anni in cui si cominciava a dubitare che la comunicazione potesse ancora consistere in un immediato e semplice mettere in comune informazioni ed esperienze. Già da tempo, la modernizzazione, attraverso la specializzazione del lavoro e delle competenze, lo aveva reso difficile. A questa difficoltà avevano fatto da contrappeso i mass media e, in particolare, la televisione, impostasi come il medium più diffuso. Ora, proprio nel momento in cui la Rete Internet arrivava nelle case, promettendo una enorme semplificazione e velo-

cizzazione dell'interconnessione tra i saperi, l'aver gettato lo sguardo al panorama globale ha fatto entrare in crisi l'ingenua fede nella facile comunanza. Paradossalmente, proprio al nascere dell'utopia di una società trasparente (Vattimo 2011, ed. orig. 1989; Byung-Chul Han 2014, ed. orig. 2012), dell'e-democracy (Fici 2002; Gomez 2017) e dell'intelligenza collettiva (Lévy 2002, ed orig. 1994), si è fatto avanti il bisogno di opporre all'entusiasmo e al suo contraltare, la paura, competenza e sospetto scientifico.

Il filosofo sudcoreano Han (2014) ha a lungo riflettuto sulla dinamica della trasparenza che, accolta in origine come un valore positivo, implica il suo rovescio, ovvero il controllo. La trasparenza delle informazioni, infatti, rende noi trasparenti, totalmente svelati, nullificati, privati della nostra peculiarità e ridotti a fonte di dati.

Le teorie relative all'e-democracy hanno mostrato i propri limiti. L'idea che la mediazione tecnologica possa bypassare la rappresentanza, si scontra con una grande quantità di evidenze a partire dalle considerazioni che stanno alla base della teoria della razionalità limitata di Simon (1955; 1957). Simon è stato peraltro il primo a indicare pionieristicamente come problematico il rapporto tra overload informativo e attenzione, parlando di "economia dell'attenzione" (2019) e indicando in quest'ultima una cruciale risorsa per il futuro, divenuto già presente. Kanhemann e Twersky (1979; Kanheman 2011) hanno messo in evidenza il ruolo giocato dai molteplici bias cognitivi a cui gli attori sociali ricorrono inconsapevolmente, soprattutto in condizioni di stress. I bias cognitivi, nel quadro di un problema generale di scarsità dell'attenzione e accelerazione sociale (Rosa 2015), si frappongono tra noi e la percezione del mondo, determinando atteggiamenti, credenze e decisioni.

All'intelligenza collettiva, che già avrebbe dovuto trovare delle valide risposte a tutti i problemi messi in evidenza dalle teorie dell'azione collettiva (Olson 1983), sono state spezzate le gambe dall'architettura degli algoritmi che hanno forgiato stanze dell'eco (Parisier 2011) che lasciano l'intelligenza priva del suo naturale nutrimento, cioè di un vero pluralismo.

Dunque, la grande Rete globale non è – possiamo oggi dirlo con certezza – "il migliore dei mondi possibili", come voleva la retorica dei primi anni Novanta.

Tra gli anni Novanta e oggi, abbiamo assistito a una fase di trasformazioni tecnologiche e culturali che personalmente ho vissuto con grande coinvolgimento, essendo accademicamente nata e sempre rimasta all'interno dei Corsi di Laurea in Scienze della Comunicazione di Palermo. Ricordo come, fra tutti i colleghi di questa pioneristica avventura, la preoccupazione fosse il trovare il giusto equilibrio tra istanze difficili da conciliare: essere interpreti e divulgatori del presente e, magari, dell'immediato futuro e, al contempo, tenere viva la capacità di lettura critica nei confronti delle nuove patologie sociali legate alla sfera della comunicazione; delineare le nuove professioni, preparare per i nostri ragazzi il miglior bagaglio di competenze possibile, agile ma completo, e, al contempo, aprirgli gli occhi sulle questioni cruciali.

Negli anni immediatamente successivi, la comunicazione infotelematica – così la si chiamava allora – ha creato nuovi divari. La corsa all'*user friendly* ha tentato, ancora una volta, di cancellare la mediazione, di renderla trasparente, inesistente agli occhi dei più.

Era già accaduto con la Kodak nel 1888 quando, per agevolare la diffusione della giovane fotografia, aveva lanciato una macchina ipersemplificata accompagnandone l'uscita con lo slogan: «Voi premete il pulsante, noi facciamo il resto!».

La contraddizione su indicata, tra il bisogno, da una parte, di rendere esplicita la mediazione e coglierne gli effetti come parte del processo sociale di semantizzazione e la ricerca, dall'altra, della massima trasparenza, intesa come valore a cui tendere nell'evoluzione di tecnologie sempre più integrate con il corpo e con la mente degli utenti, si è manifestata molte altre volte in passato.

Uno snodo importante, rispetto a questo discorso, è rappresentato proprio dalla paradigmatica nascita e prima diffusione della fotografia a cui si è già fatto riferimento, intorno alla metà del XIX secolo. [1] Accolta come strumento di informazione trasparente, definita "scrit-

[1] Si può dire che la nascita e il successo della fotografia siano paradigmatici, oltre che per l'iniziale, potente illusione di trasparenza e disintermediazione del rapporto con la realtà, anche perché essa si è imposta, ben prima del computer, come un medium polifunzionale, destinato a "servire", esattamente come la scrittura, molti ambiti dell'attività umana (riproduzione, memoria, denuncia, promozione, certificazione di identità).

tura di luce" in conseguenza della notorietà raggiunta dal libro di Fox Talbot *The pencil of Nature* (1844-1846), si è rivelata allo stesso tempo artificio quando, ad esempio, il movimento del fotopittorialismo ha spezzato l'illusione dell'immediatezza visiva che sembrava conferirle una impareggiabile capacità riproduttiva, per rivelarne, invece, l'attiva capacità di interpretazione.

> Uno dei principali benefici del dagherrotipo – scriveva Albert Bisbee nel 1853 – è dato dal fatto che esso funziona con una capacità di dare certezza che non ha precedenti. Da ciò ne deriva che le scene di grande interesse potranno essere trascritte e trasmesse alla posterità esattamente come esse sono e non come potevano apparire – ("non attraverso la mediazione di...", diremmo noi) – all'immaginazione del poeta e del pittore… Gli oggetti si delineano da sé, e il risultato è verità e precisione (Bisbee in Fontcuberta 2022, 33).

Ma, già a fine secolo, fotografi come Edward Steichen, Henry Peach Robinson, Oscar Gustave Rejlander, tentavano di imporre un'idea diversa della macchina fotografica come strumento d'arte.

Con una analoga ambiguità abbiamo accolto ogni nuova mediazione, imponendola e dissimulandola.

Abbiamo instaurato, ogni volta, una lotta tra arte e scienza, tra differenti tipi di accesso al mondo: tra un accesso intuitivo e creativo e un accesso preciso e oggettivo.

Si è fatta, in realtà, una gran confusione, sottintendendo che la tecnologia – frutto della ricerca ma, anche, dell'estro dei ricercatori – offrisse, con un gioco di parole, una mediazione più immediata, più neutra; meno invasiva, comunque, di un diretto intervento della creatività umana. Ma poi su questo si è cambiato più volte idea, invertendo e reinvertendo la visione.

In realtà, è più reale un ritratto estrapolato dal contesto con un obiettivo fotografico definito, non a caso, "normale" [2] in virtù dell'illusione che corrisponda all'angolo di campo della visione umana? O con un teleobiettivo? È forse più reale un ritratto pittorico, una testa di marmo o una stampa 3D? Sarebbe forse più reale la visione di una testa ai raggi X o di brani della pelle proveniente da un viso umano sotto il microscopio elettronico? Ci fidiamo forse di più delle media-

[2] 80 o 50 mm a seconda del formato della pellicola.

zioni effettuate attraverso strumenti materiali o analogici rispetto a quelle effettuate attraverso strumenti immateriali, digitali? E se è così, perché? Perché ai tempi della carta stampata nessuno parlava di post verità? Eppure le menzogne nel campo dell'informazione non sono certo un prodotto del web. E non lo sono neppure i timori in merito al potere manipolatorio dei media.

Tornando a riflettere sulle nostre percezioni, sul finire del XIX secolo, lo stupore per la voce di un nostro caro al telefono, ci portava ad affermare: «È proprio lui!». Quello stupore era il frutto di una immedesimazione così potente da farci dimenticare il sottostante rumore della linea, la distorsione operata dalla mediazione magnetica sulla voce umana. Salvo percepirla quando la subentrata possibilità di registrazione sonora ci ha messo di fronte alla nostra stessa voce.

Via via, ogni forma di mediazione nella comunicazione è stata tanto più efficace quanto più è riuscita a farci dimenticare di sé. L'arte, nelle sue molteplici espressioni, non è stata da meno.

La catarsi, nel teatro e nel cinema, è arrivata sempre dalla rimozione di tutti quegli elementi, tecnici e umani, in cui si palesa la finzione. Al contrario, la sorveglianza critica si è avvalsa sempre di una attenta analisi delle sue impalcature.

La sorveglianza critica, a partire dalla definizione di "industria culturale" ad opera di Horkheimer e Adorno (2010), ha rintracciato negli elementi costitutivi della metacomunicazione la sede del più subdolo tra i poteri.

Lo scenario contemporaneo presenta continuità e discontinuità.

L'arte ha definitivamente abbandonato la dimensione oggettuale (di quadro, scultura, stampa fotografica, libro, film…), ha travalicato quei linguaggi e quei generi che un tempo ne costituivano lo specifico e l'essenza. Grazie alla costante rimediazione, nessuna performance, nessuna produzione artistica, nessun atto comunicativo avranno mai un inizio e una fine netti. Solo rinascite, nel continuo intreccio dei frame.

Non è un caso che la denominazione istituzionale del mio ambito di studi già da qualche decennio sia cambiata: la vecchia "Sociologia della cultura" è stata sostituita dalla "Sociologia dei processi culturali e comunicativi". I processi hanno soppiantato i fatti.

La Sociologia dell'arte, che rientra nel medesimo settore scientifico-disciplinare, d'altro canto stenta da sempre a definire il proprio oggetto di studio, oscillando tra la storia sociale dell'arte e lo stu-

dio delle sue istituzioni, tra l'analisi dei contesti della produzione e fruizione artistica e l'analisi dei differenti pubblici e della loro composizione. Oggi più che mai delimitare l'ambito di questa disciplina sarebbe un tentativo vano come provare a contenere l'acqua del mare all'interno di un secchiello bucato, perché costantemente l'arte sconfina nel design e nella comunicazione, ibrida il video e l'animazione 3D, si avvale sia a livello divulgativo sia a livello costitutivo della realtà virtuale e aumentata, ricorre alle reti neurali, esce dai cosiddetti "luoghi deputati" per gettarsi in strada, irrompere, provocare.

Per questo "Realtà mediali": un convegno che intendeva proporsi come una chiamata a una ricognizione plurale, aperta, delle nuove forme della vita culturale e artistica che, a volte, non si limitano a considerare il medium come un contenitore attivo ma lo inglobano in sé, come parte del proprio DNA.

Dentro questo titolo ombrello, si sono individuate, a posteriori, due differenti ancorché interconnesse piste di riflessione, che hanno dato vita a due volumi.

Questo primo, "Medialità, arte e narrazioni", è una raccolta di esperienze artistiche e di ricerca, attraverso le quali possiamo arrivare alle domande che oggi ha ancora senso farsi sull'arte, individuandone al contempo di nuove. Il secondo, edito prossimamente, dal titolo "Medialità, comunicazione e società", allargherà lo sguardo alla mediazione creativa della socialità in vari ambiti.

"Medialità, arte e narrazioni" raccoglie sedici contributi che offrono ai lettori una interessante, multidisciplinare panoramica sulle nuove direzioni dell'arte. Si prendono in considerazione, con approcci originali, forme espressive già consolidate come, ad esempio, la letteratura, il teatro e il cinema. Contestualmente, si presentano fenomeni inediti come il caso dei *newsgames*, ovvero di una forma ibrida di narrazione giornalistica che applica le tecniche del *transmedia storytelling* al racconto delle notizie, o le espressioni di "disinformazione creativa" che trovano concretezza ad esempio nel progetto *Inventarium*.

Ci si interroga su come le nuove strutture dell'intrattenimento digitale attivo (*video games*) ci portino a riconsiderare il concetto di "narrativa", tradizionalmente lineare e suddiviso in tre atti. Un concetto che, già nell'era predigitale e nel proprio contesto natio (la letteratura), aveva mostrato evidenti segni di crisi e che le caratteristiche e le opportunità degli ambienti digitali hanno ulteriormente spinto a modificarsi.

Più di un autore affronta l'impatto che la pandemia da Covid19 ha avuto sulla fruizione culturale e sull'arte.

Anche la dimensione conversazionale propria dei social media, che veicola, oltre ad argomenti privati, narrazioni su temi civici e di interesse generale, è stata oggetto di studio da parte dei comunicatori.

Un argomento di grande interesse è il *social listening*, ovvero il processo che consiste nel tenersi al corrente su ciò che viene detto su Internet in merito a determinati argomenti di carattere politico, sociale o relativi a dei brand, per costruirvi sopra una comunicazione efficace che parta dai dati raccolti. Si parla in questo caso di design applicato alla sfera della comunicazione.

Nel loro insieme, le differenti relazioni mettono in evidenza le esondazioni del processo creativo sui territori del business e l'ibridazione tra ambiti e generi un tempo distinti, come l'informazione e l'arte. Non si tratta di vere e proprie novità del contesto odierno. Al contrario, si tratta di un processo di cui è possibile rintracciare diversi esempi a partire dai primi decenni del secolo scorso, come la collaborazione tra Fortunato Depero e l'industria di Davide Campari. Ma erano ancora collaborazioni episodiche. La creatività, d'altra parte, è sempre stata alla base del marketing, anche delle sue più antiche forme. Joan Fontcuberta, in uno dei saggi ospitati dal volume *Il bacio di Giuda. Fotografia e verità*, racconta del *gyotaku*. Si tratta di un'interessante usanza dei pescatori di Enoshima, un piccolo villaggio nei pressi di Tokyo, che risale al XIX secolo. Al rientro dalla pesca,

> i pescatori selezionano alcuni dei pesci pescati, li bagnano nell'inchiostro e con essi stampano i propri cartelli pubblicitari. I pesci fanno le veci delle nostre lastre da incisione. La pressione sulla carta permette ai pescatori di trasferire lì la loro immagine…. I pescatori si concedono solo di ritoccare gli occhi… Poi, con una scrittura sottile indicano la specie, il peso e il prezzo del pesce (2022, 75).

Malgrado i numerosi esempi di collaborazione tra artisti e mondo pubblicitario, fino agli anni Cinquanta del XX secolo al marketing non si riconosceva una piena dignità di arte. La figura del graphic designer è emersa a partire degli anni Venti, ma solo con figure come Bob Noorda si è pienamente inserita all'interno del panorama artistico occidentale.

È certo, però, che il web e la tecnologia digitale hanno reso ineluttabile e definitiva la fluidificazione dell'arte (Bolter, Grusin 2003): l'hanno disciolta e immessa nel circuito venoso della comunicazione che, nel frattempo, si è affermata come il tessuto connettivo che tiene insieme gli organi del metaforico corpo sociale. Un tessuto connettivo che non va però immaginato solo come un avvolgente contenitore, bensì come parte costitutiva, essenziale di quegli stessi organi.

Tra le questioni più sconcertanti che i paper hanno sollevato, vi è il grande interrogativo, posto da Arrigo Musti, sui mutamenti che riguardano il processo creativo e sul ruolo che l'odierna intelligenza artificiale può svolgere in ambito culturale e, soprattutto, all'interno dei processi ideativi dell'arte contemporanea. Musti parte, nella sua riflessione, da una constatazione di Lev Manovich (uno degli autori del secondo volume che verrà pubblicato fra qualche mese), ovvero che,

> mentre negli anni Sessanta gli algoritmi erano adoperati prevalentemente dagli artisti come parte del loro processo creativo, oggi l'IA culturale su scala industriale è integrata in dispositivi e servizi usati da miliardi di utenti. Invece di configurarsi come uno strumento al servizio di una singola immaginazione artistica, l'IA si è trasformata in un meccanismo per influenzare l'immaginazione collettiva (Manovich 2020, 11).

Questo sguardo che Musti lancia a un futuro che, in virtù dell'accelerazione sociale, è già presente, è molto interessante. Che cos'è e che cosa sarà l'intelligenza artificiale, in particolare per l'arte?

In merito ai suoi potenziali rapporti con la produzione artistica, potremmo oggi definirla come una sorta di "casa" attiva e creativa di quello che gli scienziati sociali hanno definito "coscienza collettiva".

Anche il funzionamento dell'intelligenza artificiale è paradigmatico.

Assecondando le nostre richieste, essa assembla contenuti mediali restituendoci una creatività che non parte dal rapporto di un individuo con il mondo – che sarebbe implicitamente unico, originale e autentico in quanto legato a una esperienza singola e diretta – ma dalle molteplici, vere, false, plausibili e non plausibili, giocose e terrifiche immagini del mondo.

Se, insomma, il quotidiano di tutti noi ha inglobato nel concetto di "realtà concretamente esperita" l'esperienza mediata, proprio come un nuovo e preponderante livello di realtà, non c'è da stupirsi che

l'arte assecondi questo trend producendo le proprie risposte a questo incremento di riflessività.

Nella fase premoderna l'esperienza di ciascuno era esclusivamente legata al territorio e ai rapporti sociali diretti. Ancora, fino a qualche decennio fa, la percentuale di vita esperita nei quartieri, a scuola, sui luoghi di lavoro, era preponderante rispetto alla fruizione dei mass media (radio, tv e giornali). Oggi è avvenuta una clamorosa inversione: il tempo mediato da vecchi e nuovi media è complessivamente preponderante rispetto al tempo esperito off line e, conseguentemente, la nostra idea del mondo e definizione di realtà ne dipendono.

Non esperiamo il mondo ma le molteplici e caotiche immagini del mondo che sono figlie dell'esperienza mediata. Essa ci fornisce, per lo più, "interpretazioni" e "storie", anche quando nasconde la propria dimensione narrativa dietro un'apparenza fattuale (fotografia, video in diretta…).

Per ancorare quest'ultima riflessione a dati concreti relativi al nostro Paese, apro qui di seguito una piccolissima parentesi dedicata alle statistiche descrittive raccolte dal Censis e da Audiweb Italia in merito alla fruizione culturale e delle informazioni.

I Rapporti Censis sulla Comunicazione in Italia, che hanno rilevato le trasformazioni della dieta mediatica degli italiani a partire dal 2002, ci informano che recentemente, ovvero tra il 2021 e il 2022 [3], si è registrato un ulteriore, forte aumento dell'impiego di Internet da parte dei nostri connazionali (l'88,0% di utenza, con un incremento, rispetto ai Rapporti precedenti, di 4,5 punti percentuali). Si evidenzia una perfetta sovrapposizione con quanti utilizzano gli smartphone (l'88,0%, con un incremento di +4,7% punti). Inoltre, gli utenti dei social network hanno raggiunto l'82,4% della popolazione con un incremento di +5,8% punti. Anche i dati Audiweb relativi all'Italia confermano questi incrementi, ponendo l'accento sul significativo aumento del monte ore complessivo trascorso sui media ogni giorno. [4]

---

[3] https://group.intesasanpaolo.com/content/dam/portalgroup/repository-documenti/ricerche-comportamentali/Sintesi.pdf

[4] Al contrario, le attività svolte fuori casa, come la frequentazione di cinema e teatri, la partecipazione a eventi sportivi e culturali dal vivo, si sono notevolmente ridotte, anche se manifestano una lieve ripresa rispetto al 2020, anno della pandemia e dei lockdown. In sostanza, la partecipazione dal vivo ha ripreso il suo posto per spettacoli, mostre e musei. La fruizione da remoto permane, invece, per la partecipazione

Bisogna allora domandarsi se, nel confrontarsi con questa peculiarità del nostro "reale", costituito da una miriade indefinitamente crescente di informazioni il cui ancoramento ai fatti è strutturalmente difficile, se non talvolta impossibile da accertare, l'arte, di cui prevalentemente questo volume si occupa, sia stata spinta a cambiare e come. Se il valore dell'originalità e forse, più ancora, dell'autenticità, sia ancora un esito desiderabile e possibile per l'arte contemporanea o se non prevalgano altre logiche.

Ritengo necessario precisare che l'originalità può essere intesa in diverse accezioni. Ovvero, sia come unicità di produzione e attribuzione (un'opera è un originale se correttamente attribuita al suo autore ed è originale anche se presenta caratteristiche uniche che la rendono attribuibile al modus operandi di quell'autore quasi quanto un'impronta digitale), sia come requisito (stranezza, esoticità, eclatanza…) capace di attirare su di sé l'attenzione per contenuti e forma espressiva (come la merda d'artista di Manzoni o il cesso d'oro di Cattelan, in relazione ai tempi e ai contesti espositivi). La prima accezione sembra oggi perlopiù misconosciuta. Ha ceduto al peso dell'idea, diffusasi da Lyotard in avanti, che tutto sia già stato fatto e pensato e che la creazione non possa che consistere nel fare un *pachwork* dell'esistente. Come se non fosse sempre stato così, potrebbe obiettare qualcuno. A questo "qualcuno" risponderei che, dal momento che ogni creazione è diventata informazione e ha assunto la corporeità incorporea dell'informazione, anche la natura del *pachwork* è cambiata.

È, di conseguenza, cambiata la concezione dell'autorialità. Ne sono nate nuove forme come il fenomeno Luther Blisset degli anni Novanta. Ma, ancor prima, anzi, molto prima che la Rete insinuasse nelle nostre menti il suo nuovo vocabolario, in cui troneggia, spesso vanamente, il termine "condivisione", sono emerse in Occidente varie esperienze di arte collettiva.

Jacopo Galimberti, nel libro *Individuals Against Individualism* (2017), ricostruisce questo interessante panorama. Si tratta di esperienze che

a eventi e festival letterari e per le presentazioni di libri. Anche conferenze e dibattiti si fruiscono oggi prevalentemente online.
https://group.intesasanpaolo.com/content/dam/portalgroup/repository-documenti/ricerche-comportamentali/Consumi%20culturali%20live%20o%20online,%20una%20ripartenza.....pdf

hanno riguardato l'Europa a partire dagli anni Cinquanta. Galimberti ricorda l'*Internazionale Situazionista* e i bavaresi di *Spur*. Ricorda anche l'affermazione e il successo di critica dei gruppi come il *Gruppo N* (che condivideva lo spazio del proprio studio con la redazione padovana di *Classe operaia*) e il collettivo *GRAV* con base a Parigi. Ancora, è possibile pensare agli esperimenti di pittura collettiva e di realismo politicizzato che hanno attecchito in Francia e nella Spagna franchista fino al Sessantotto. E, infine, la radicalizzazione di alcuni gruppi a contatto con le sollevazioni del Maggio Sessantotto, come l'esperienza berlinese della *Kommune I*, e altri esempi di mobilitazione creativa che hanno saputo imporsi come innovative pratiche di concatenazione tra dimensione politica ed estetica: esperienze come quella dell'*Atelier Populaire* (i cui poster serigrafati sono rimasti a formare l'iconografia del Maggio francese), ma anche altre esperienze di occupazione come quella del Palais des Beaux Arts di Bruxelles (incubatore dell'opera cult di Marcel Brodhatters, il «Musée d'Art Moderne»), quella della Triennale di Milano, e della Akademie di Monaco.

Morto il "vate" ipersensibile e illuminato da cui attendersi illuminazione, l'arte collettiva vive e ci fa vivere nuove utopie destinate a trasferirsi nell'entusiasmo per l'ipertesto (Fici 2021), inteso come attività collaborativa e creativa, come «una visione plurale, come (espressione) di una poetica del frammento» (Castellucci 2009, 7).

> L'ipertesto rappresenta l'immagine di una società multi culturale, inter culturale, sovra nazionale, multi etnica, come pure di identità personali trans gender. *Iper* è appunto uno dei prefissi che hanno introdotto non tanto un fattore gerarchico, quanto piuttosto un motivo di complessità; uniti a sostantivi già attestati (ad esempio "testo"), formano nuove parole e nuove identità (2009, 6).

Secondo Ted Nelson (1974; 1993), l'ipertesto è prima di ogni altra cosa un progetto filosofico motivato dalle considerazioni critiche di M. Foucault sulla sorveglianza, alle quali reagisce opponendo una struttura cognitiva libera, indefinita, mobile; dà luogo a innovative prospettive di ricerca e contiene una proposta rivoluzionaria.

Queste meravigliose idee attribuite da Nelson all'ipertesto vengono acriticamente trasferite al web della prim'ora che ne eredita la struttura. Accolto come la disintermediazione dell'informazione, della conoscenza e delle possibilità di interazione e condivisione, il

web si evolve secondo la nota logica della nuova emittenza digitale e globale: una logica paradossale che da un lato produce ciò che aveva promesso, ovvero la trasformazione di tutti gli utenti in emittenti a prescindere da criteri di competenza, dall'altro genera, attraverso l'uso degli algoritmi, delle pericolose "bolle epistemiche" di cui è difficile diventare consapevoli. Così, da un lato si viene a creare un habitat caratterizzato da un overload informativo fuori controllo e per lo più di scarsa qualità, dall'altro, nella percezione dei singoli, soprattutto i social si presentano come una confortevole stanza in cui rimbalza solo l'eco delle nostre convinzioni, spesso frutto di bias cognitivi, diseducandoci al confronto con la diversità e la novità.

Dunque, può avere qualche ragione Musti nella sua lettura degli odierni ambienti digitali e particolarmente dei social, quando manifesta il timore che essi modifichino l'immaginario, trasformandolo in un immaginario predigerito dalla produzione mediale (serie, film, videogiochi, video musicali, bestsellers…). Infatti oggi l'esperienza mediata non è soltanto preponderante quantitativamente rispetto all'esperienza diretta ma è spesso antecedente a essa. Circondati e avvinghiati in ciò che gli algoritmi del web e delle piattaforme di streaming hanno identificato come "i nostri gusti", rischiamo di non avere le risorse culturali e psicologiche per sfuggire alla parzialità e alla riduzione di complessità. La conoscenza si trasforma quindi in un processo di "riconoscimento", in un *dejà vu*; un processo in cui è richiesto alla realtà di assomigliare alle "storie" già fruite, pena la sua rimozione.

Il vivere all'interno di questo grande stomaco, tra immagini e idee predigerite, spinge – teme Musti – sia i comuni utenti sia, spesso, gli artisti verso esiti eterodiretti, dipendenti dai meccanismi di quel facile consenso che si esprime attraverso i *like.* La proposta da lui avanzata è la scelta coraggiosa e difficile dell'impopolarità; di quell'impopolarità che determina rapporti complicati ma forse più significativi, con l'imprescindibile sistema dell'arte. A tratti, si legge in questo artista una acuta nostalgia: la nostalgia di un tempo in cui la dimensione comunicativa insita nell'arte consisteva nella ricerca di un dialogo con l'oggi misconosciuto pubblico, piuttosto che con le autoreferenziali istituzioni del sistema dell'arte.

È da questa nostalgia che vorrei partire per gettare qua e là qualche dubbio e qualche spunto di riflessione, a partire dalla presa d'atto della sparizione del pubblico; almeno del pubblico inteso come

espressione della polarità diretta "opera-fruitori" o, in altre parole, "artista-mondo". Questa polarità esiste ancora? O la mediazione del sistema dell'arte, che vive a sua volta dentro il sistema dei media, che vive a sua volta dentro il mercato globale, che vive a sua volta dentro il processo di finanziarizzazione dell'economia, l'ha spezzata?

L'arte sembra viva e vegeta, a giudicare dalla moltiplicazione di musei ed esposizioni, nonché dalle quotazioni degli artisti e dall'effervescenza dei mercati. Tuttavia, scriveva il prof. Raimondo Strassoldo quasi una quindicina di anni fa:

> le cattedrali dell'arte contemporanea – salvo quelle di grandissima fama mondiale – rimangono di regola desolatamente vuote. Tra gli infiniti modi di uso del tempo libero che la società moderna offre ai suoi cittadini, la frequentazione di questi templi è statisticamente irrilevante. Essa interessa in qualche misura solo un élite intellettuale; minuscola, evidentemente in grado di creare opinione e consenso, soprattutto presso i pubblici amministratori (Strassoldo 2010, 11).

Sempre il prof. Strassoldo riporta alcune esperienze.

> Nel 1995 la città di Brema (che si vanta di un notevole museo di arte contemporanea; peraltro ormai piuttosto attempato) ha cercato di far partecipare l'intera cittadinanza ad un programma di "arte pubblica" (cioè inserimenti di sculture e simili nelle strade, piazze e giardini). Si sono distribuiti 50.000 questionari ad altrettanti cittadini; ma solo 246 persone, lo 0.5% del totale, hanno espresso le loro proposte in sei incontri. A Kiel il direttore del museo ha cercato di far partecipare democraticamente l'intero personale, comprese le donne delle pulizie, alla programmazione delle mostre. L'esperimento è stato subito chiuso, perché le proposte riguardavano generi e stili molto tradizionali (Ivi, 31).

Erano esperienze generalizzabili? Se la risposta di Strassoldo è "sì" c'è da chiedersi: è ancora così? Non direi.

Sono passati quasi trent'anni e nel 1995 il web era molto giovane. Si tratta solo di tre decenni ma tre decenni molto significativi, in cui il panorama culturale è stato stravolto.

Proprio mentre lavoro alla stesura di questo testo, viene diffusa una curiosa notizia: «Studente al museo mangia la banana, installazione di Cattelan: "Avevo fame, ho saltato la colazione". Il frutto faceva parte dell'installazione dell'artista italiano. L'opera d'arte, chiamata "Comedian", consisteva in una banana matura attaccata con nastro adesivo al muro del *Leeum Museum of Art*».

L'articolo, ospitato da RaiNews, prosegue:

> Danneggiata, o meglio mangiata in quanto commestibile, l'opera d'arte dell'artista italiano Maurizio Cattelan esposta al *Leeum Museum of Art*. La celebre "banana matura", attaccata al muro con del nastro adesivo, era in mostra a Seul nell'ambito della mostra denominata "WE". Dopo aver mangiato il frutto, lo studente, Noh Huyn-soo, ha riappeso la buccia al muro. L'incidente, durato più di un minuto, è stato documentato da un amico del giovane.
>
> Il *Leeum Museum of Art* non ha rilasciato dichiarazioni sull'episodio e ha precisato che non chiederà danni allo studente. Secondo quanto riferito, la banana esposta viene sostituita ogni due o tre giorni. Nei video pubblicati online, una voce grida "mi scusi" mentre Noh toglie la banana dal muro. Il ragazzo non risponde e inizia a mangiare mentre tutt'intorno cala il silenzio. Quindi fissa la buccia al muro e si mette in posa per un momento prima di andarsene. Per Noh l'opera di Cattelan è "una ribellione contro una certa autorità". Quando è stato informato dell'incidente, l'artista italiano ha risposto: "Nessun problema".
>
> Non è la prima volta, infatti, che le banane utilizzate per i lavori di Cattelan vengono mangiate da un visitatore. Nel 2019, l'artista David Datuna aveva staccato la banana dal muro dopo che l'opera d'arte era stata venduta per centoventimila dollari all'Art Basel di Miami. La banana era stata rapidamente sostituita e anche in quel caso non sono state intraprese azioni. [5]

Nel mondo che viviamo è legittimo il sospetto sull'autenticità della performance messa in atto dallo studente, non a caso ripreso in video dall'amico. Iniziativa spontanea o performance pubblicitaria?

Analogamente, con un rapido salto dall'arte blasonata al pop, ci induce al sospetto il gesto del cantante Blanco che disfa a calci le composizioni floreali del palco, allo scorso Festival di Sanremo (2023). Anche la denuncia a suo carico, di cui hanno scritto i giornali, può essere parte di una macchinazione ai danni degli ingenui? Probabilmente, la vera opera d'arte è il chiacchiericcio mediatico e social che si è venuto a creare in merito a tutto questo. Forse quel chiacchiericcio ha un architetto invisibile, un *communication designer*, che non è lo stesso Blanco, ma che lo vede complice di una operazione destinata ad ampliare la sua visibi-

[5] https://www.rainews.it/video/2023/05/studente-al-museo-mangia-la-banana-installazione-di-cattelan-avevo-fame-ho-saltato-la-colazione-6564faf1-face-4eb3-8414-1ac9d642e599.html

lità? Attenzione, qui non si sta sostenendo che è andata così. Si sta solo rilevando che tutto ciò, nel clima attuale, è sospettabile e che il sospetto è diventato "arte", l'arte del nostro tempo.

Il già menzionato Joan Fonctcuberta, artista, fotografo e saggista, autore di numerosi articoli e monografie sul mondo della fotografia e dell'arte, in un video reperibile su YouTube [6], "confessa" di aver architettato degli scherzetti didattici, "inventando" *ex novo* degli artisti. Cita questa pratica di Fontcuberta anche De Blasio all'interno del capitolo dedicato al rapporto tra Barthes e Antonioni. Tra queste sue "invenzioni", la più nota al grande pubblico è la fotografa Vivian Majer, che tanta eco mediatica ha avuto in questi ultimi anni. Ma a chi è rivolta questa "costosa" didattica? Non al grande pubblico che continua ad andare alle mostre dell'introversa e ben costruita bambinaia fotografa, ancora pubblicizzate come autentiche. Non al pubblico che ha acquistato i suoi libri, diffusi in Italia anche su vasta scala come allegati a un noto quotidiano, o il documentario in DVD edito da Feltrinelli.

Prima però di commentare ulteriormente le operazioni messe in atto dal raffinato genio di Fontcuberta, vi prego di seguirmi in un rapido tuffo all'indietro che ci riporta alla genesi dell'ambiguo, complesso concetto di "arte contemporanea", ovvero a Duchamp.

Quando nei primi due decenni del Novecento questo artista decide di provocare l'ambiente artistico e culturale suo contemporaneo attraverso i noti ready made, l'intento sotteso è una «mossa ironica, da intendersi come critica alla cultura cosiddetta "alta" e "seria", ritenuta dall'artista eccessivamente pretenziosa» (Flässer 2006). Scrive ancora la Flässer:

> La difficoltà di decifrare la sua opera, fa parte della strategia dell'artista, che ha passato il resto della sua vita – quella successiva alla produzione dei ready-made – a giustificare il proprio gesto. Tuttavia le sue note – formulate in uno stile allegorico e criptico –, sono ancor più enigmatiche e intricate dell'opera stessa e non hanno prodotto altro effetto, che accrescere l'abisso del mistero invece che chiarirlo. Si può leggere l'opera di Duchamp come un giallo, nel quale l'investigatore rimane intrappolato nella ragnatela dell'autore, e più si muove per uscirne, più i fili si stringono. Tutt'ora non sappiamo se il labirinto di Duchamp è da intendersi nel suo senso originario, che porta verso un centro, oppure

[6] https://youtu.be/JooBncDbh64

nel senso di un errare disperato senza via di uscita. Il commento lapidario di Duchamp è: "Non c'è soluzione, perché non c'è problema."

La strategia ironica di seminare false tracce, si potrebbe interpretare come una strizzata d'occhio rivolta alla critica d'arte, caratterizzata da pretese assolutistiche di "decidere" che cosa sia un'opera d'arte e cosa no e con la sua esigenza di chiarire e spiegare in maniera definitiva tutte le opere. La pratica di Duchamp potrebbe allora indicare un tentativo di guidarci dolcemente verso un processo di interazione continua del fruitore con l'opera. Un invito a una sorta di "work in progress" dialogico, nel quale si dispiegano dei significati mutevoli in continuo sviluppo e intreccio, come in un "brain storming" senza fine. I significati dell'opera rimarrebbero così aperti e l'opera stessa non si concluderebbe mai in una forma fissa, immobile e chiusa.

Ecco qui sinteticamente menzionati tutti gli ingredienti della svolta contemporanea:

- l'affrancamento dalla creazione materiale dell'oggetto d'arte da parte dell'artista;
- la concezione dell'opera d'arte come enigmatico labirinto semantico che nessuna autorità potrà mai intrappolare in un significato definitivo e univoco;
- la concezione, quindi, dell'arte come work in progress o flusso, antecedente, si badi bene, a ciò che oggi è considerata la causa principale della fluidificazione dell'arte, ovvero la tecnologia e l'ambiente digitale;
- il commento, il chiacchiericcio sull'opera che diventa sovraordinato all'opera, opera d'arte esso stesso.

Il ricorso a oggetti preesistenti che fanno parte della vita quotidiana [7], e in particolare la scelta dell'orinatoio che sbatte in faccia all'élite della critica le ipocrisie e i tabù insiti nella loro concezione dell'arte borghese, ha un effetto dirompente. Si può dire che nell'operazione messa in atto da Duchamp, particolarmente tra il 1913 e il 1923, vi sia *in nuce* tutto ciò che caratterizza il panorama contemporaneo. Ma, attenzione, essa dà anche il via a un effetto boomerang importante.

[7] Uso che verrà poi sviluppato dalla pop art che ha inteso creare attraverso tutto ciò che è già stato creato, inclusa la merce d'uso quotidiano, lanciando un messaggio politico sulla necessaria democratizzazione dell'attività artistica e della sua fruizione.

Il boomerang, lanciato a suo tempo da Duchamp, crea ancora un'infinità di cerchi concentrici nel grande mare dell'arte e della comunicazione che lui per primo ha contribuito a fondere e ibridare. Venuta infatti meno, nel processo della creazione artistica, quasi ogni traccia di manualità e artigianalità, ogni traccia dunque di riconoscibilità imputabile all'abilità dell'artista in questo ambito, e ogni possibilità di valutazione critica basata su questo aspetto, l'opera d'arte si trasforma in una forma di argomentazione aperta e ambigua che va ben oltre gli elementi che la costituiscono, consegnandosi definitivamente e completamente – e qui sta il boomerang – all'interpretazione critica prima e al chiacchiericcio mediatico dopo. L'arte è costruzione discorsiva, e Fontcuberta, con i suoi giochi, ce lo sbatte in faccia. Ma delle sue provocazioni il sistema si riappropria subito e lui lo lascia fare.

Quanto all'interpretazione critica, è proprio la distribuzione degli strumenti del pensiero critico a costituire, oggi più che mai, la nuova frontiera delle diseguaglianze sociali. Ciò perché l'utopia secondo cui i media digitali ci avrebbero liberato dal potere oppressivo dell'emittenza del modello broadcast e immessi in un bel mare trasparente di informazioni libere, disintermediate e pure, si è rivelata, appunto, un'utopia. L'ambiente digitale, che poi oggi è di fatto l'ambiente decisivo per le nostre esistenze, è diventato, proprio al contrario di ciò che si era sperato, un intricato labirinto di mediazioni tutt'altro che trasparenti.

Con il mio sguardo sociologico non posso sottrarmi alla considerazione che ancora ampie fasce della popolazione globale vivono problemi di analfabetismo. A ciò si aggiunge, determinando una problematicità esponenziale, il fatto che purtroppo per lungo tempo le istituzioni hanno inteso l'alfabetizzazione digitale in termini esclusivamente tecnici e strumentali. Così, presso un pubblico disabituato all'attenzione e alla riflessione, stressato dall'overload informativo e dall'accelerazione sociale (Rosa 2015) che non consente stasi, che non lascia a nessuno il tempo di metabolizzare un'informazione, verificarla e soppesare un concetto, dilaga comprensibilmente un dubbio: che, nella migliore delle ipotesi, sia solo l'argomentazione critica, ancorata a rimandi culturali più o meno ampi e complessi – da cui tale pubblico si sente escluso – a legittimare l'assunzione al mondo dell'arte di un oggetto comune; di un oggetto come la sedia della Biennale di Venezia su cui argutamente scherza Aberto Sordi nel noto episodio

Vacanze intelligenti. [8] In quella che a me sembra la peggiore, la più riduttiva delle ipotesi, si attribuisce valore artistico a ciò che istituzioni e collezionisti sono disposti ad acquistare, anche a cifre molto elevate. Operazioni su cui poi si potrà eventualmente produrre un fruttuoso polverone di chiacchiere.

Un caso denso di significati a proposito del rapporto tra produzione artistica e valore è quello della «patata iconografica» di Kevin Abosch. Si tratta della fotografia di una semplice patata su fondo nero, che presenta una superfice tanto ben definita e ricca di dettagli da evocare la superficie di un corpo celeste fotografato da un satellite (Fici 2018, 113).

> La foto di questa patata è stata venduta al prezzo incredibile di un milione di euro. È quanto ha sborsato un collezionista d'arte, cliente del fotografo Kevin Abosch, dopo aver visto l'opera appesa a una delle pareti della casa parigina dell'artista. Abosch è uno dei fotografi ritrattisti più apprezzati a livello internazionale. Tra i personaggi più celebri da lui ritratti ci sono star di Hollywood come Johnny Depp, Steven Spielberg e Dustin Hoffman, della musica come Bob Geldof o figure carismatiche come Aung San Suu Kyi e Malala. Farsi fare un ritratto da lui – con il suo caratteristico fondo nero – costa svariate centinaia di migliaia di dollari. Ma il prezzo pagato per il ritratto del tubero (Abosch, prima di fare fortuna come fotografo, era biologo) è superiore a ogni altro: sarebbe l'opera singola più costosa venduta dall'artista irlandese (Matteo Marini, *Ritratto di patata. La foto venduta per un milione di euro*, Repubblica.it, 22 gennaio 2016).

Il caso è emblematico perché la fotografia presenta, nella sua essenzialità, un framework naturale quale contenuto e una vera e propria esplosione di framework sociali, esterni al prodotto, in lotta tra di essi nell'attribuzione di senso all'opera. L'attribuzione di senso dipende in larga misura dalla conoscenza dell'artista e della sua produzione. Infatti, è lo sguardo ai suoi ritratti di star hollywoodiane che

[8] Episodio appartenente a un film corale del 1978 dal titolo *Dove vai in vacanza?* Qui, una coppia di ruspanti popolani romani, spinta dai figli prossimi alla laurea, decide di fare, per una volta, delle vacanze "colte", visitando anche la Biennale di Venezia, dove però la signora Augusta (Anna Longhi) arriva stremata per il caldo e per aver camminato a lungo. Entrati in una delle tante sale, Augusta individua una sedia e, incoraggiata dal marito, Remo, si siede. Ne sorge un equivoco in quanto la donna, abbandonatasi su questa sedia, viene scambiata dai visitatori per una installazione vivente.

può aiutarci a mettere in chiave l'opera. Accostata al volto di Johnny Depp, Dustin Hoffman e di VIP di pari fama, acquista un senso – forse ironico? – che altrimenti non sarebbe possibile cogliere. Ma che cosa accadrebbe se fosse inserita come propria da un utente qualsiasi in un social o se fosse condivisa senza commenti che la qualifichino come «quella celebre foto di patata»?

Dunque le mediazioni non sono più immaginabili come esterne all'arte. Sono arte esse stesse. Quest'affermazione non ha in sé nulla di valutativo ma si tratta della constatazione di un processo in atto. Come ricorda Vettese, l'estetologo Dino Formaggio ha sostenuto, in un saggio del 1976, che l'arte è tutto ciò che gli uomini chiamano "arte". Ma quali uomini? Uomini dotati di quale habitus? Analogamente Ernst Gombrich ha sostenuto che l'arte non esista ed esistano soltanto gli artisti con le loro opere. Legittimate da chi? «Di fronte ad opere tanto diverse da quelle dei secoli passati – scrive ancora Vettese – ci si sente senza riferimenti e si vorrebbe un criterio per evitare mistificazioni… In effetti, tutti vorremmo avere una pietra di paragone sulla cui base verificare che cosa ha valore e che cosa non lo ha» (Vettese 2017, 13). Ma dalla provocazione dadaista in avanti, per i più non ci sono ancore di salvezza o porti sicuri.

Nel Manifesto del dadaismo di Tristan Tzara (1918), si legge: «La critica è inutile, non può esistere che soggettivamente, ciascuno (produce) la sua, e senza alcun carattere di universalità. Si crede forse di aver trovato una base psichica comune a tutta l'umanità?».

Eppure, questa festa dadaista, questo proclamo di entusiastica emancipazione da una paternalistica intellighenzia critica, non ha reso più democratico l'accesso all'arte. Al contrario, consegna più che mai l'arte contemporanea alla mediazione intellettuale che ne determina le sorti, rendendola decifrabile quasi esclusivamente attraverso i rimandi colti; rimandi che potranno risuonare forse su una minima parte del pubblico, ma che a ogni modo verranno proposti e mediaticamente imposti dai curatori.

Il pubblico d'altro canto, che le avanguardie della seconda metà del Novecento hanno trasformato in un soggetto interattivo, è chiamato a riconoscere, in ogni contesto, quale tipo di sguardo attivare di fronte all'opera e, di conseguenza, quali parametri di giudizio utilizzare. Ma come glielo si può chiedere? Come si può chiedere una risposta così riflessiva ed evoluta, quando le circostanze dell'overlo-

ad e della velocità del refresh informativo a cui siamo spinti hanno prodotto un enorme problema di analfabetismo funzionale, in Italia particolarmente acuto? [9] Quando il possesso di un titolo di studio, anche elevato, non è più, di per sé, garanzia di saper attivare sinapsi congruenti? E che ne è della sfera emotiva in riferimento alla fruizione dell'arte? È noto che le emozioni sono socialmente e culturalmente forgiate, che la razionalità ne è innervata. Se io non sono in grado di mettere in atto una comprensione dell'opera che scaturisca dal riconoscimento di alcuni dei suoi potenziali, aperti rimandi, non potrò che averne una fruizione fredda.

Lo sa da sempre il teatro. L'abbattimento della quarta parete, voluto dai drammaturghi e dai registi del secondo dopoguerra, e poi più avanti dal teatro d'avanguardia degli anni Sessanta e Settanta, si poneva proprio questo obiettivo: il massimo coinvolgimento emotivo dello spettatore, portato talvolta all'estremo, fino al capovolgimento dei ruoli tra attori e pubblico, con lo scopo di una catarsi viva, attiva e condivisa, che non si esaurisse nel breve tempo della fruizione ma operasse un vero cambiamento interiore.

Si trattava di un'utopia resa plausibile dalla corporeità dell'esperienza. Purtroppo, nel tempo, il teatro povero di Grotovsky ha prodotto una moltitudine di esperienze "alla Grotovsky" che ne riproducevano la forma perdendo lo spirito. E il teatro dell'oppresso di Augusto Boal e parimenti il Living Theatre sono diventati di tendenza presso un certo pubblico elitario, contro le loro intenzioni.

Abbiamo assistito al trasloco dell'esperienza nel grande luna-park dell'informazione. Il discorso artistico è diventato discorso sull'arte perdendo la presa diretta sul mondo, seguendo così le sorti di ogni informazione disincarnata. Sappiamo di più ma ciò che sappiamo non sortisce quel cambiamento che un tempo era atteso dall'arte.

«L'arte rinnova i popoli e ne rivela la vita. / Vano delle scene il diletto, ove non miri a preparar l'avvenire». Così recita l'anonima epigrafe del Teatro Massimo di Palermo.

Credo che da studiosi abbiamo il compito di capire la complessa realtà della mediazione culturale e dei fenomeni artistici evitando i pregiudizi, dimostrando curiosità verso l'innovazione, senza tuttavia

[9] https://www.oecd.org/skills/piaac/Country%20note%20-%20Italy%20(ITA).pdf

rimanerne acriticamente sedotti. Viviamo un mondo di abbondanza che l'ignoranza, intesa in tutte le sue accezioni, può trasformare in povertà. Chi svolge un lavoro di ricerca e di insegnamento ha il dovere di vigilare su questo rischio e di porgere un metaforico caffè agli ubriachi del rimbalzo mediatico. Auspico che alcune delle sedi per svolgere questo lavoro possano essere convegni come *Realtà mediali* o la collana editoriale *Arte e Comunicazione* che, con questo primo volume, vede i natali.

Ringrazio tutti coloro che hanno partecipato alla stesura di questo libro e rivolgo soprattutto un caloroso "grazie" a Claudio Gnoffo, il giovane studioso che mi ha supportata in quest'avventura culturale.

Bibliografia

Bertasio, D., (a cura di), *Arte o spettacolo? Fruitori, utenti, attori*, Milano, Franco Angeli, 2006.

Bisbee, A., "The History and Practice of Daguerreotyping. An instructional manual", Dayton, Ohio, L.F. Claflin & Co., 1853, in Fontcuberta J., *Il bacio di Giuda*, Milano, Mimesis Edizioni, 2022, ed. orig. 1997.

Bolter, J.D., Grusin R., *Remediation. Competizione e integrazione tra media vecchi e nuovi*, trad. di B. Gennaro, Milano, Guerini Studio, 2003, ed. orig. 1999.

Castellucci P., *Dall'ipertesto al Web Storia culturale dell'informatica,* Roma-Bari, Laterza, 2009.

Fici, A., *Internet e le nuove forme della partecipazione politica*, Milano, FrancoAngeli, 2002.

Fici, A., *Nella giostra della Social Photography,* Milano, Mondadori, 2018.

Fici, A., *La linea spezzata. Una ricostruzione critica dell'attuale deficit di coerenza*, Padova, Libreriauniversitaria.it Edizioni, 2021.

Fontcuberta, J., *Il bacio di Giuda. Fotografia e verità*, Milano-Udine, trad. di F. Di Renzo, Mimesis Edizioni, 2022, ed. orig. 1997.

Galimberti, J., *Individuals Against Individualism: Art Collectives in Western Europe 1956-1969*, Liverpol University Press, 2017.

Gometz, G., *Democrazia elettronica. Teorie e tecniche*, Pisa, ETS edizioni, 2017.

Han, B.-Ch., *La società della trasparenza*, trad. di F. Buongiorno, Roma, Nottetempo, 2014, ed. orig. 2012.

Horkheimer, M., Adorno, Th., *La dialettica dell'Illuminismo*, trad. di R. Solmi, Torino, Einaudi, 2010, ed. orig. 1947.

Kahneman, D., Tversky, A., "Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk", in *Econometrica*, vol. 47, No. 2 (Marzo 1979), pp. 263-292, Cleveland, The Econometric Society.

Kahneman, D., *Pensieri lenti e veloci*, trad. di L. Serra, Milano, Mondadori, 2015, ed. orig. 2011.

Levy, P., *Intelligenza collettiva. Per una antropologia del cyberspazio*, trad. di M. Colò, D. Feroldi, Milano, Feltrinelli, 1996, ed. orig. 1994.

Manovich, L., *AI. L'estetica dell'intelligenza artificiale*, Bologna, MML S.r.l., 2020, ed. orig. 2018.

Nelson, T., *Computer Lib/Dream Machines*, London, Microsoft Press, 1987, 2a ed.

Nelson, T., *Literary Machines: The Report on, and of, Project Xanadu Concerning Word Processing, Electronic Publishing, Hypertext, Th inkertoys, Tomorrow's Intellectual Revolution, and Certain Other Topics Including Knowledge, Education and Freedom*, Susalito, Mindful Press, 1993.

Olson, M., *La logica dell'azione collettiva. I beni pubblici e la teoria dei gruppi*, trad. di S. Sferza, Milano, Feltrinello, ed. orig. 1965.

Pariser, E., *The Filter Bubble. What The Internet Is Hiding From You*, New York, Penguin Press, 2011.

Rosa, H., *Accelerazione e alienazione. Per una teoria critica del tempo nella tarda modernità*, trad. di E. Leonzio, Torino, Einaudi, 2015, ed. orig. 2010.

Simon, H., "A Behavioral Model of Rational Choice" in *The Quarterly Journal of Economics*, Vol. 69, No. 1 (Feb., 1955), Oxford University Press, pp. 99-118.

Simon, H., *Models of Man. Social and Rational-Mathematical Essays on Rational Human Behavior in a Social Setting*, Hoboken, John Wiley & Sons, Inc. Fourth printing, July 1957.

Simon, H., *The new science of management decision*, New York, Harper, 1960.

Simon, H., *Il labirinto dell'attenzione. Progettare organizzazioni per un mondo ricco di informazioni*, Bevilacqua, E., (a cura di), Bologna, Luca Sossella Editore, 2019, ed. orig. 1969.

Strassoldo, R., *Da David a Saatchi. Trattato di sociologia dell'arte contemporanea*, Udine, Forum, 2010.

Talbot, W.H.F., *The Pencil of Nature*, Glasgow, Goog Press, 2020, ed orig. 1844-1846.

Vattimo, G., *La società trasparente*, Milano, Garzanti, 2011, ed. orig. 1989.

Vettese, A., *L'arte contemporanea. Tra mercato e nuovi linguaggi*, Bologna, Il Mulino, 2017.

Sitografia

Flässer, B., "La fotografia come ready-made – il ready-made come fotografia", in *Lecture and publication seminar of the image Paolo Spinicci*, 2006, in

http://www.lettere.unimi.it/Spazio_Filosofico/leparole/duemilasei/Faessler06.pdf (ultimo accesso 30-04-2023).

I. Questioni sull'arte

Pandemics and the Arts

Marcel Danesi

Introduction

In discussing the tuberculosis pandemic of the nineteenth century, Christian McMillen (2016, 75) writes, «As [the disease] assumed a more prominent place in European mortality, so too did it come to occupy a more prominent place in various aspects of culture». His observation can be extended to all the great pandemics of history, from ancient plagues to the Spanish Flu and covid-19. The pattern that history has established is the following one: the ravages of pandemics invariably spark creativity from the literary arts to the cinematic arts. Novels such as Daniel Defoe's *Journal* (1742), Albert Camus' *The Plague* (1948), Virginia Woolf's *Mrs. Dalloway* (1925), Ling Ma's *Severance* (2018), along with visual art works such as the *danse macabre* paintings of the medieval era and Edvard Munch's 1919 *Self-Portrait after the Spanish Flu*, among many others, have been inspired by the effects of pandemics on the human condition — physical and psychological. Modernity in its literary expressive forms can arguably be traced to medieval writer Giovanni Bocaccio, who set in motion a veritable revolution, by making prose fiction a distinct literary art, which has remained a central form of literature ever since, with his reframing of the novella into an extended work of fictional storytelling in his *Decameron* (1358). Projecting forward to the millennium, when the world has been subjected to several devastating pandemics, including SARS in 2003, the bird flu in 2005, the swine flu in 2009, MERS in 2012, Ebola in 2014, and Covid-19 in 2020-2021, it again became evident that expressivity and pandemics are intrinsically intertwined.

The relation between the experience of pandemic crises and the arts is rarely studied as such. This paper will present a schematic overview of how this relation has unfolded in the past and present in three main creative areas — literature, visual art, and cinema. As Heather O'Neill (2020) has aptly put it, there is little doubt that this relation is a powerful one based on the dynamic between crisis and creativity:

> In whatever form it takes, art will be created during plagues. There will be more of a demand for it from people, from those who want to be amused, those who want to be consoled, those wo are looking for a community, and those who want to be able to be heard. These periods of hardship indelibly mark art. It changes its subject matter, but more importantly, it changes the very structure and possibilities of art. And all art that follows contains the echoes and scars of all we have been through.

The number of literary, art, and cinematic works inspired by pandemics is huge; so, only a restricted selection can be discussed here. I will also briefly consider how a pandemic, such as Covid-19, shapes how some people come to perceive the world in a negative way, kindling discourses of misinformation, perhaps as a way to psychologically combat or deny the effects of disease, leading to what is called an *infodemic* crisis — a term that refers to the kind of unreliable or misleading information about pandemics that spreads as rapidly as the actual disease, making a solution more difficult to achieve.

Literature

Literature as a form of story-telling emerges in antiquity in the form of myths. A common theme of the myths was that of some ominous disaster, such as a flood, that has come to wreak destruction on humanity for its wickedness and, as a result, allow people to purify and reinvent themselves morally and ethically. These narratives indicate subtextually that, in order to confront impending doom, ancient people turned to mythic story-telling, essentially creating literature through it.

One of the oldest examples is the Babylonian *Epic of Gilgamesh*, which mythologists date back to the eighteenth century BCE (Tigay 2002, 23). Considered to be the first flood myth of history, it is an example of how people have always reacted to disasters — namely, creatively by using forms of expression such as myths that allow the imagi-

nation to explore their implications — spiritual, ethical, and moral. In the Gilgamesh narrative, human wickedness and hubris are punished by the high god Enlil, who decides to destroy the world with a flood because humans had become maleficent, and thus deserved extinction. However, the narrative also tells a side-story of redemption, whereby the god Ea, who had created humans out of clay and divine blood, secretly warns the hero Utnapishtim of the impending flood, giving him detailed instructions for building a boat for him to use so that life may survive. The myth implies that humans are guided by forces in the universe that are beyond comprehension, yet they can be understood in human terms through the narrative imagination.

There are few surviving myths that predate the Gilgamesh epic. It is an example of how myth may have originated as a narrative medium for coping with a natural disaster. Many of the earliest myths are, in fact, reactions to floods, pandemics, and other events that were, in effect, recorded and explained through narrative medium. These were forged as cautionary tales of extinction that can only be obverted if humans changed their reckless ways. Not only stories, but ancient art works, painted on murals and vases, tell the same kind of apocalyptic narrative, imploring humans to not destroy their natural habitats and to not fight recklessly with each other (Danesi 2021). From the dawn of history, it seems that such apocalyptic representations have influenced how people come to grips with their relation with the world. The claim that can be put forward here is that disasters, such as pandemics, have always been instrumental in inspiring people to create expressive forms, from myths to pictorial art, in order to come to grips with the drastic changes these bring about. As O'Neill (above) has suggested, once the new expressive forms are established these do not disappear but remain intrinsic in the overall cultural development of humanity.

Greek mythology is replete with stories about infectious diseases, thrust upon people by divine figures. For example, in the story of Myrmidon — the son of Zeus and Eurymedusa — the goddess Hera spreads a plague throughout the country. The symptoms of her victims are described as follows: «At first the cheek was flushed, and the breath drawn with difficulty. The tongue grew rough and swelled, and the dry mouth stood open with its veins enlarged and gasped for the air» (Kim, You 2020). The symptomatology is remarkable, reflecting how an infection from a plague might actually manifest itself on the hu-

man body. Stories like this are common. Significantly, the diseases were often associated with specific gods, such as Apollo, who was the god of music and the arts, but also one of the most feared plague gods in antiquity. Paradoxically, Apollo was also a healer. This dualism of disease harbinger and healing god is found across ancient mythologies, probably suggesting that the source of disease itself may hide within it the cure — an idea that found its scientific counterpart in vaccination, which is based on injecting an agent into the body so that the immune system will react to that agent when it comes in the form of a disease. In the mythic version, the infection is introduced into the body with a mystical object such as an arrow, which only the arrow-dispenser can cure — hence the metaphorical parallel.

Projecting forward to the Middle Ages, the narrative instinct took on a new expressive form, given that myth had, by that time, receded to the margins of story-telling as a primary mode of understanding. After the bubonic plague hit the city of Florence in 1348, the writer Giovanni Boccaccio responded with fiction in his masterpiece, *Il decamerone.* He actually started his book with a graphic depiction of the effects of the Black Death, from which some of Boccaccio's own family members had died, describing how the rich were able to seclude themselves at home, enjoying quality wines, music, and other forms of entertainment. The wealthiest, which he describes as "ruthless", deserted their city homes in Florence altogether, retreating to comfortable estates in the countryside, «as though the plague was meant to harry only those remaining within their city walls», while the poor were forced to stay at home, dying in droves every day (Boccaccio 1348, 12) — an assessment that clearly resonates with subsequent pandemics, which have affected poor people more so than wealthy ones. After this gloomy preface, Boccaccio shifts to narrating the 100 stories, invented by 10 fictional nobles who had fled Florence to their amply stocked country mansions. The stories — perhaps for the first time in history — are about everyday characters, rather than mythic heroes or gods, who are depicted as flawed or brave, honest or deceitful, and so on. Boccaccio thus provides a psychological portrait of human character through fiction.

Boccaccio's book changed the way people read and understand narrative — not as a mythic portrayal of interactions between the gods and humans, but as a way to chronicle the lives of everyday people via verisimilitude. It constitutes the starting point for narrative prose

fiction as a major form of literature, giving voice to the "common person" and their experiences in everyday life. Although the critic Mikhail Bakhtin (1984) saw this same function of writing as emerging in Rabelais's sixteenth-century novel *Gargantua and Pantagruel*, it actually originated with Bocaccio. Bakhtin claimed that the boisterous and libidinous language in the Rabelais masterpiece ushered forth the modern world, marking the collapse of rigid medieval moralism. But one can see the exact same kind of profane language in the *Decameron*. In fact, this is the reason why Boccaccio's book shocked the religious authorities of his era, given its profane style as well as its prurient and anti-clerical stances, being banned by the Church. But this did not stifle its popularity. So, over time, the Church undertook another tactic to counteract the book's appeal — bowdlerizing it and claiming in the 1570s that its "corrected" version reflected Bocaccio's true intent. Aware of the significance of Boccaccio's book for subsequent literature, Tzvetan Todorov (1969) even devised a *Grammaire du Décaméron*, using the book as a model of the general structure of all fictional narratives.

Written in the vernacular of the Florentine language, the *Decameron* reflected the need for those living during the bubonic plague to understand literally what was going on in their own terms and with their own language. The ancient myths were hardly devised or interpreted in this way. They were not recognized as separate from metaphysical beliefs. Although there is evidence of some ancient prose tales that were fictional, rather than purely mythical, the concept of prose fiction as a genre of literature did not crystallize until it gained a concrete expressive form in Boccaccio's tales, whereby he reworked the elements of the *romanza* of the medieval European chivalric stories and the *fabliaux*, humorous, anonymous tales written by jongleurs (itinerant minstrels), into a holistic narrative form that we would recognize today as a fictional portrayal of real world events and people. The *Decameron* was, thus, the first true example of the use of fiction as a distinctive form of writing, separate, yet evolving from, previous ways of telling narratives.

Significantly, Boccaccio himself saw such writing as critical for gaining self-knowledge, which he expressed in his own work of literary history and criticism, the *Genealogia Deorum Gentilium* (Genealogy of the Gentile Gods) (1350-1362), a fifteen-book treatise on classical mythology (see Wilkins 1925). In his treatment, he emphasizes that the word *fabula* ("fable") has its origins in *confabulatio* ("conversation"),

remarking that «fiction is a form of discourse, which, under guise of invention, illustrates or proves an idea; and, as its superficial aspect is removed, the meaning of the author is clear». Hence, fiction is a way of presenting hidden truths. Boccaccio goes on to distinguish four types of fiction: the first, such as Aesop's fables, appears to lack all appearance of truth; the second appears to blend truth with fiction; the third appears more to be history than fiction but, as in Vergil's *Aeneid*, the hidden meaning is far different from the surface meaning; and the fourth contains no truth at all, but penetrates the nature of truth nonetheless. It is the latter type that Boccaccio explored in his *Decameron*.

In sum, Boccaccio's book established a literary paradigm, leading to the development of the novel as a major literary genre years later, when it became obvious that fiction was a powerful way to make sense of things. A subsequent well-known example of the use of fiction as a way to grasp the effects of the plague on everyday humans is Daniel Defoe's 1722 book, *Journal of the Plague Year*, designed as a fictional "eyewitness" account of a man's observations of the devastations caused by the bubonic plague when it hit the city of London in the year 1665. The book was published under the initials H. F., since Defoe likely based the narrative on the actual journals of his uncle, Henry Foe, who lived in London during the plague. The style of Defoe's account achieves the same kind of verisimilitude of an actual diary or journal, identifying real neighborhoods and houses in which the events took place. Defoe also described the mass panic that common people experienced, as they tried to come to grips with the disease and how it came into their lives, as well as the many fake cures and practitioners who cropped up during the plague for reasons of self-interest. Defoe's book provided a fictional narrative channel through which the plague could be managed emotionally and understood by those living in London in his era.

At one point H. F. describes a lockdown ordered by the mayor of London, who put guards outside house doors to ensure that people remained inside, as well as running errands (getting food, medicines, etc.). But the guardsmen were often bribed and even murdered. As a result, H. F. was appalled by the reckless behaviors of many who simply went on with their lives, ignoring the danger, spending their days drinking, and mocking anyone who objected to their reckless behavior. In one incident, H. F. confronts a group of rowdies, who re-

vile him abusively. H. F. then asks: «Why are some people so wicked that they deliberately infect others?». Particularly surreal is Defoe's recounting of the sham cures, such as the "antipestilential pills" and "incomparable drinks" against the plague. These prefigure the same kinds of sham remedies that filled the social media airwaves during Covid-19. Also striking are the fringe theories that were bandied about in London, which made it much more difficult for the physicians to carry out real therapeutic measures — these may well be the first examples of conspiracy theories as we know them today. For all his uncertainties, H. F. is convinced of one thing — the plague affected the poor disproportionately, who lived in crowded, unsanitary conditions, and were more susceptible to taking bad advice.

Another classic example of how the plague inspired the literary imagination to reflect on the human reaction to a time of challenge and adversity is Albert Camus' *The Plague* (1948), which tells the story of Dr. Bernard Rieux and his efforts to help people survive in the Algerian city of Oran, after several cases of the plague had erupted. At first, the government wanted to conceal the disease from the general population, fearing that people would start to panic and engage in chaotic behavior, but the news eventually got out to the citizenry. The city is put into quarantine for months, with the army surrounding it, so as to block anyone from entering or leaving the city. Rieux reflects on the quiet bravery of medical workers, who put their own lives at risk to help others, eerily looking forward to the coronavirus front-line workers of 2020. In the novel, the plague assumes both literal and metaphorical meaning. At the literal level, the source material used by Camus for his novel was the actual cholera epidemic that killed a huge swath of Oran's population in 1849, although the actual setting of the novel is the 1940s. Oran was struck by the disease several times before Camus' novel, and was actually decimated by the bubonic plague in 1556 and 1678. Metaphorically, Camus brought together two disparate events, the cholera epidemic and the rise of European fascism, reflecting the fragility of modern democracies in times of collective frenzy. Considered by some critics as an allegory of Nazi occupation during World War II, Camus used references to mass burials resulting from the disease as an allusion to the extermination camps of the war.

What such works of fiction suggest is that new forms of literary writing emerge when people find themselves immersed in calami-

ties, whereby the writer gives them a proxy voice through fiction. As Rene Girard (1974, 833) has aptly observed, from antiquity onwards, plagues and pestilences have shaped literature, transforming it into a way to record how people react to adversity:

> The plague is found everywhere in literature. It belongs to the epic with Homer, to tragedy with *Oedipus Rex*, to history with Thucydides, to the philosophical poem with Lucretius. The plague as background to the short stories of Boccaccio's *Decameron*; there fables about the plague, notably La Fontaine's "Les Animaux malades de la peste"; there are novels, such as Manzoni's *I Promessi Sposi* and Camus' *La Peste*. The theme spans the whole range of literary and even nonliterary genres, from pure fantasy to the most positive and scientific accounts. It is older than literature — much older, really, since its presence in myth and ritual in the entire world.

As Girard goes one to observe, mysterious illnesses, epidemics, and pandemics have always caught the interest of story-tellers who captured their effects through narrative depictions — depictions that were understandable to everyone, rather than medical treatises. In early mythic portrayals, as discussed, plagues were described as divine punishments, offering moral commentary on the characters in a story or on the society as a whole in which they lived. Geologist Dorothy B. Vitaliano (1975) even sees the ancient myths as indirect figurative records of real events that were passed on to subsequent generations as warnings of things to come in a language that people understood intuitively — namely, myth. He approaches that has come to be called *geomythology*. Vitaliano systematically matched the symbols and plots contained in cultural myths about disasters to modern scientific knowledge. Learning how to crack the mythic code, she suggests, allows researchers to understand how ancient peoples perceived disasters and how they prepared for them, gleaning from the stories important insights on the actual occurrence of disasters.

As one further example of the use of fiction to grasp how a disease generates a sense despair and solitude is Jack London's 1912 powerful novel, *The Scarlet Plague*. As characterized by Riva, Benedetti, and Cesana (2014, 1753), the novel is «one of the first examples of a postapocalyptic fiction novel in modern literature». The three researchers go on to observe that London's novel achieves its power because it explores in a new way «the motif of the plague, a consistent and

well-spread topos in literature…inviting the reader to reflect on the ancestral fear of humans toward infectious diseases» (Riva, Benedetti, Cesana 2014, 1753). As such, therefore, the novel is the source and model for all such subsequent postapocalyptic fiction. London's book describes a future world that has survived an outbreak of hemorrhagic fever, called the "Red Death", clearly referencing Edgar Allen Poe's story "Masque of the Red Death" (1842). The plague kills most of the world's population, leaving its survivors to doubt their own fading memories of a once-advanced civilization. The narrative takes place in 2073, sixty years after the appearance of the Red Death. One of the survivors, James Howard Smith, tells his incredulous grandchildren how the pandemic spread and how people reacted to it.

Published a few years before the 1918 Spanish Flu pandemic, London's novel presents a picture of a dystopic society where survival of the fittest seems to be the only possibility left. People knew that the pandemic was caused by germs that spread from human top human through contact. However, despite such scientific knowledge, the public's fear of the invisible world of microorganisms still evoked mythic fears, as London's novel delineates. It seems that humans cannot transcend their mythic imagination in times of woe and disaster. At the beginning of the narrative, people appear confident that medicine will find a way to defeat the germ that causes the scarlet plague. But as the plague spreads, things change. As London put it, people became frightened by «the astonishing quickness with which this germ destroyed human beings, and the fact that it inevitably killed any human body it entered» (London 1912, 76). As illness spreads and intensifies, London's narrative becomes stark and frightening (*Ib.*, 77):

> The heart began to beat faster and the heat of the body to increase. Then came the scarlet rash, spreading like wildfire over the face and body. Most persons never noticed the increase in heat and heart-beat, and the first they knew was when the scarlet rash came out. Usually, they had convulsions at the time of the appearance of the rash. But these convulsions did not last long and were not very severe. The heels became numb first, then the legs, and hips, and when the numbness reached as high as his heart he died.

As a result of such menacing symptoms, people begin to disbelieve science, in which they had put their trust but which, they now believe, had turned out to be useless — eerily prefiguring our contemporary era

of doubt with regard to the coronavirus pandemic. False beliefs overtook rational thinking, catapulting many into a state of sheer panic, behaving unreasonably. London's description of people's reactions clearly echoes Defoe: many tried in vain to isolate themselves or to flee to avoid the contagion, but others started rioting, drinking, robbing, and even killing:

> In the midst of our civilization, down in our slums and labor-ghettos, we had bred a race of barbarians, of savages; and now, in the time of our calamity, they turned upon us like the wild beasts they were and destroyed us. And they destroyed themselves as well (*Ib.*, 108).

As the human race was disappearing, the Earth was devastated by fires and conflagrations:

> The smoke of the burning filled the heavens, so that the midday was as a gloomy twilight, and, in the shifts of wind, sometimes the sun shone through dimly, a dull red orb. The end of the world: this is how the pandemic was perceived (*Ib.*, 101).

The apocalyptic scenario that London paints foreshadowed the plight that was unleashed by the Spanish Flu of 1918-1920, which caused the death of 20 million people worldwide. The psychology of fear is clearly at the core of London's novel, perhaps even eclipsing scientific psychology in the era in which the novel was written. The plague does not care about class barriers, since anyone can get it. It is only in the enactments of human love (kindness, empathy, understanding, and so on) that society is able to survive. To cite Riva, Benedetti, and Cesana (2014, 1757) one more time, «Even though it was published a century ago, *The Scarlet Plague* presents the same concerns we face today, as demonstrated by the subsequent great success of this novel and the continuing literary topos of plague».

The novels discussed above may now seem to modern readers to be just that — novels. But the ways in which they executed their narrative and the ways in which they mapped the effects of a pandemic onto an understanding of human nature were new and innovative in the eras in which the novels were devised. They have left an imprint on literature which is an unconscious one. They also showed the power of language in shaping perception and belief. Ancient peoples were unconsciously guided by this power via their myths — a power that has been passed on and remains extant to this day. The novels also show that literature may well be the best antidote to falsehoods and misinformation. As the founder of general semantics, Alfred Korzybski (1921, 71), so aptly put it:

> Humans can be literally poisoned by false ideas and false teachings. Many people have a just horror at the thought of putting poison into tea or coffee, but seem unable to realize that, when they teach false ideas and false doctrines, they are poisoning the time-binding capacity of their fellow men and women. One has to stop and think! There is nothing mystical about the fact that ideas and words are energies which powerfully affect the physico-chemical base of our time-binding activities. Humans are thus made untrue to "human nature". The conception of man as a mixture of animal and supernatural has for ages kept human beings under the deadly spell of the suggestion that, animal selfishness and animal greediness are their essential character, and the spell has operated to suppress their real human nature and to prevent it from expressing itself naturally and freely.

In effect, the best neutralizing agent against poisonous language is language itself — the language used by great writers across time. As Virginia Heffernen (2020) has perceptively noted, the literature of plagues gives us "words to live by". It seems that we have always needed literature as much as we have needed medical science to help defeat, or at the very least, cope with pandemics, since literature allows us to imagine a different world. As Heffernen (2020) goes on to note:

> During outbreaks of infectious diseases, including smallpox, Spanish flu, and the current coronavirus, we live by stories of alternate universes in which history might be turned back, the sick healed, the dead brought back, normalcy restored.

Visual Art

To cite historian William McNeill (2016), the relation between visual art and pandemics has always constituted a powerful aesthetic dynamic for allowing people to cope emotionally with disease and for grasping the meaning of its effects on human life and understanding:

> Painting responded to the plague-darkened vision of the human condition provoked by repeated exposure to sudden, inexplicable death. Tuscan painters reacted against Giotto's serenity, preferring sterner, hieratic portrayals of religious scenes and figures. The "Dance of Death" became a common theme for art; and several other macabre motifs entered the European repertory.

In medieval and Renaissance times, the bubonic plague became a major interest of visual artists, who invented a new art form, known as the *danse macabre* ("macabre dance" or "dance of death"), as a means to visualize both the horrors of the plague and to satirize them at the same time. The genre depicts people from all walks of life dancing with skeletons who typically stand at the top of the work holding scrolls containing ominous messages. The woodcut below by fifteenth-sixteenth century artist, Michael Wolgemut, pictorially summarizes how the *danse* was perceived, with Death bringing the plague, as skeletons engaged in a frightening, yet ludicrous, *danse* of death:

Michael Wolgemut, *Dance of Death*, 1493 (Wikimedia Commons)

Documents of the era indicate that people were both horrified and entertained by such art, since it provided both apocalyptic visions and a humorous escape hatch from them. One could thus interpret the images of death on two levels—as a portentous depiction of the dangers posed by the plague and as a kind of visual joke of people dancing with skeletons (Clark 1950). The genre has left many imprints on culture and the arts ever since, including in music, with the German *Totentanz*, which has survived from the early sixteenth century and whose most luminous example is *Danse macabre* (1874) of Camille Saint-Saëns, as well as in film, with Ingmar Bergman's foreboding 1957 movie, *The Seventh Seal*, where it is used as the movie's visual climax.

The *danse macabre* motif in visual art became a major form of allegorical representation of the effects and meanings of the bubonic plague. It portrays the personification of death, with individuals from all walks of life, summoned to dance along with skeletons or other deathly figures to the grave. As mentioned, historical documents indicate that its effect was perceived as both terrifying and humorous, beseeching viewers to react to it in ambiguous ways. It was a *memento mori*, reminding people of the fragility and ephemerality of their lives, and how vain the glories of earthly life turn out to be. The concept originates, actually, in illustrated sermon texts; the earliest recorded art work in the genre was a now-lost mural at Holy Innocents' Cemetery in Paris, dating from around 1424 or 1425.

The *danse macabre* theme left its traces in all kinds of subsequent art forms. One of these is Edvard Munch's *Self-Portrait with the Spanish Flu* (1919), which Munch painted after he himself had fallen victim to the Spanish Flu himself:

Edvard Munch, *Self-Portrait with the Spanish Flu*, 1919 (Wikimedia Commons)

In the self-portrait, we see Munch as an isolated soul, slumped in a wicker chair, wrapped in a robe and blanket. He appears emaciated, with a sickly facial pallor, staring at the viewer with recessed eyes that suggest delirium. His gaping mouth is reminiscent of the shape of the mouth of the figure in his iconic painting, *The Scream* (Goldstein 2020). The point here is that, as Polyxeni Potter (2003, 407) has also written, Munch's self-portrait suggests that great artists are always inspired by tragedies, such as those caused by pandemics, as symbolic of the human condition:

> Munch's preoccupation with suffering in this self-portrait is fully understood by those who study the Spanish flu pandemic. Erupting during the final stages of World War I, this global disaster reinforced the era's nihilism and apocalyptic visions of despair. Specimens from the remains of flu victims buried in permafrost provide some clues about the 1918–1919 strain. Highly contagious and unusually virulent, the deadly flu, circled the globe, taking its toll among the youngest and healthiest. Medicine was then only beginning to understand infectious diseases and to take modest steps towards diagnostics and therapy. Infectious disease medicine has come a long way, yet Munch's specter of the flu is alarmingly current. Surveillance of circulating

viruses is increasing and flu vaccination has entered the mainstream, but epidemics are still frequent and strains arising from antigenic shift keep the next flu pandemic just around the corner.

The painting is a visual portrait of physical and psychological agony. The unnatural blend of color in the wavy lines are discomforting, conveying Munch's tormented sense of loneliness and misery. In a way, both Munch in this painting and the figure in *The Scream* are reminiscent of skeletal figures in *danse macabre* art. The staring, screaming, open-mouthed figure, often alienated from its body, recurred in many other paintings that Munch created, suggesting a *danse macabre* subtext to all his work. Munch suffered from lung and bronchial conditions throughout his life, possibly related to the tuberculosis that killed his mother and sister. It is no exaggeration to claim that Munch initiated a genre of painting with aims to depict vulnerability of the body and the ludicrous, laughable fragility of the human condition.

As one final artist who developed painting because of an epidemic, consider the street-mural art of Keith Haring, who died of AIDS-related complications at the age of 31 in 1990. His work was, at one level, an aesthetic response to the AIDS epidemic of his era, influencing how subsequent artists literally took to the streets to create their visual canvases, recalling the graffiti art of ancient societies inscribed on murals. Haring's art thus put the finishing touches to the breakaway movement from the Romantic "art for art's sake" philosophy that started with the pop art movement in the 1940s. There is little doubt that the AIDS epidemic in which Haring was immersed, eventually killing him, influenced his artistic worldview. Naïf in overall style, his art adopts elements of comic-book technique, allowing him to talk directly and meaningfully to contemporary viewers. He catapults his own childhood love of Disney cartoons, the Looney Tunes, and the *Peanuts* comics, into his murals and canvases, creating a collage of images that modern people can grasp instantly. In some ways, his approach is akin to that of Jean Dubuffet (Buchart *et al*. 2018), who drew his chief inspiration from ancient graffiti and the art produced by children and primitive cultures. Dubuffet challenged the historically-conditioned artistic eye, accustomed to viewing art in galleries and museums; as did Haring. The pop art world has not been the same since.

Marcel Danesi

Cinema

During the coronavirus pandemic, movies about pandemics became highly popular, as movie preferences on streaming platforms showed. One of the most popular was the 2011 film, *Contagion*, which tells the story of a virus sweeping across the globe, transmitted by respiratory droplets, and revolving around three main thematic axes: the efforts of doctors and public health officials to contain the disease; the concomitant loss of social order; and the introduction of a vaccine to halt its spread. The movie was inspired by the 2002-2004 SARS outbreak and the subsequent 2009 flu epidemic; but it eerily anticipated the state of affairs connected with the Covid-19 pandemic that erupted globally nine years after its release. Its appeal lies in the fact that it engages audiences into an imaginary *danse macabre* with disease.

The classic movie in this area, however, is Ingmar Bergman's 1957 film, *The Seventh Seal,* which tells the fictitious story of a medieval knight, Antonius Block, and his savvy squire Jöns, who had returned home from the Crusades in the 1300s, finding themselves in a homeland devastated by the bubonic plague, with most people turning on each other in their despair, while others still manage to hold on to hope and faith. At home, Block encounters Death, in the guise of a Grim Reaper figure, whom he challenges to a chess match, believing that he can survive as long as the game continues. But, as Death ominously warns him, «You cannot win» (all citations from *The Seventh Seal* are from the Internet archive, https://archive.org/details/seventh-seal). It is the realization that he cannot win that saves Block psychologically, as he comes to understand that we are all connected and dependent on each other for survival, physical and spiritual. As the voice of reason, Jöns emphasizes to Block that the irrational superstitious explanations of the plague cannot transcend this simple lesson. Death's existential challenge to all of us can only be comprehended on a human scale, and its emotional conquest can only come about by reason coupled with kindness and empathy. This realization comes to Block after joining forces with humble young peasants, emphasizing a theme that goes back to Boccaccio — the plague does not discriminate according to social class; it affects everyone and, therefore, it can only be conquered spiritually through unity with everyone in a common cause.

Bergman's film is the starting point for a filmic pandemic genre, which bears a clear subtext — we must seek a better, more humble way of living, treating everyone the same way, not according to wealth or background, if we are ever to survive future plagues. Plagues have always raised this kind of awareness, even if in ephemeral ways. They have enacted changes in worldview and expressivity, via creative responses such as the invention of fiction by Boccaccio or the street art of Keith Haring. Ultimately, pandemics incentivize social and cultural renewal, as if they were purges of sorts, cleansing people of their bad habits, casting light on inequalities and injustices that have been perpetrated since time immemorial. Significantly, the *Seventh Seal* harkens back, in its own way, to the *danse macabre* motif, which is alluded to explicitly when Block and Jöns visit a church where a fresco of the *danse macabre* is being painted. Jöns chides the artist for his representation, scolding him for motivating the kind of fervor that led to the Crusades with such visual forms, thus critiquing the whole approach to the plague in the medieval era. In the confessional of the church, Block tells the priest he wants to carry out "one meaningful deed" after living his pointless life, discovering that it is actually Death with whom he has been speaking. In the end, Death wins the game asking Block if he thinks that he has achieved the "one meaningful deed" he wished to accomplish. Block replies that he has, implying that he has understood the need to unite with his fellow humans in a common cause of survival. He then reunites with his wife and friends to share a final supper, which is interrupted by Death's arrival. The morning after, the married actors Jof and Mia, who Block and Jöns had met as they passed by a caravan, see the knight and his companions being led away over the hillside in a wild dance of death.

The title, *Seventh Seal*, refers to a passage about the end of the world in the Book of Revelation, used both at the very start of the film, and again towards the end: «And when the Lamb had opened the seventh seal, there was silence in heaven about the space of half an hour» (Revelation 8:1). In the confessional scene, Block asks, in reference to such silence: «Is it so cruelly inconceivable to grasp God with the senses? Why should He hide himself in a mist of half-spoken promises and unseen miracles? What is going to happen to those of us who want to believe but aren't able to?». Death, disguised as the confessor, does not reply. The dialogue in the confessional ends on the notion that excruci-

ating silence that confronts all of us, indicating that there is nothing to life and that there is no one other than humans.

Bergman's film received much interest during Covid-19; but film that came to be the most viewed during the pandemic was, as mentioned, *Contagion*. As Kevin Polowy remarked,

> A decade after its release, *Contagion* is even more terrifying, and popular, then it was when audiences first flocked to theaters to see Steven Soderbergh's prescient 2011 pandemic thriller… with viewers binging on the movie ever since the novel coronavirus began wreaking havoc across the globe in early 2020.

The plot concerns the spread of a highly contagious virus transmitted by respiratory droplets and the valiant attempts by researchers and public health officials to identify and contain the disease, which disrupts the social order as it becomes a worldwide pandemic. It is eventually curtailed with the creation of a vaccine that halts its spread.

After returning from a trip to Hong Kong, a working mother named Beth Emhoff has an affair with an ex-boyfriend and soon after starts feeling a bit sick, which she attributes to jet lag. Back at home in Minneapolis, two days later her husband, Mitch, rushes her to the hospital after she suffers a seizure. In hospital she is diagnosed as dying from an unknown illness. Returning home, Mitch finds that his six-year-old stepson had died from the same illness. As a result Mitch is isolated, but found to be naturally immune. Representatives of the Department of Homeland Security meet with a Dr. Ellis Cheever of the Centers for Disease Control over fears that the disease may be a bioweapon. A conspiracy theorist, named Alan Krumwiede, blogs out misinformation about the virus, claiming to have cured himself with a homemade cure derived from forsythia. People seeking forsythia flood the pharmacies. Krumwiede is then discovered to have been faking his infection to boost sales of his fake cure, and is arrested for fraud — a subplot that is eerily reminiscent to what happened during the coronavirus pandemic. Eventually, an experimental vaccine is developed, and gradually life begins to return to normal. In a filmic flashback a bulldozer is seen clearing a rainforest in China, disturbing bats. One bat is seen escaping and seeking shelter in a pig farm, dropping an infected piece of banana that is consumed by a pig. The pig is then slaughtered and prepared by a chef who, without washing his hands, transmits the virus. Clearly,

the movie was almost prophetic as to the various origin theories that crystallized during covid-19.

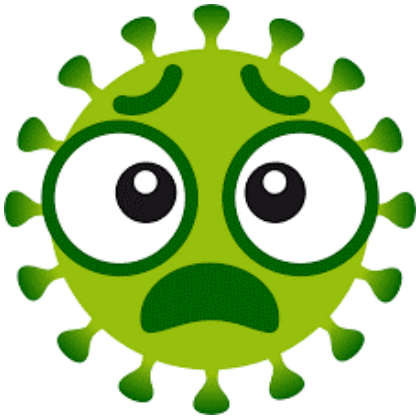
The movie is a psychosocial filmic treatise on what would happen if a deadly virus was unleashed unwittingly, which reverberated with virtually everyone during covid-19, constituting a case of life imitating art. The parallels between the movie and the coronavirus pandemic are unnerving, engendering a feeling of confusion projected onto what Jean Baudrillard (1983) called the simulacrum — a state of mind in between reality and fiction, with the latter seeming more real than real. As Ehsen and Alam (2022) have aptly observed about the reactions to the coronavirus pandemic, the amalgam of fear, simulacra, and reality may have become the unconscious reactionary force that led to so many fabrications and delusions during the height of the pandemic: «the covid-19 pandemic [created] a sensation of unreal fear at the global level, [whereby] the excessive sensation constructs a culture of exercising power that gradually replaces the real understanding of discrimination between reality and imitation».

The question of why people turned to movies, rather than to a government or doctors, does not have a complicated answer. As Boccaccio understood in creating the *Decameron*, fiction provides us with relevant insights by creating imaginary scenarios or simulacra that allow us to explore the issues on the other side of the printed page or the electronic screen. And like Defoe's *Journal*, which was read as a kind of documentary of the disasters that a pandemic reaps on people in the past, we have turned our eyes away from the printed page to the screen to read the same kinds of messages.

Covid-19

With the spread of covid-19, interest in ancient myths, novels, and other past real or fictional literary accounts of pandemics spiked considerably, perhaps reigniting the same type of communal need to understand ourselves as a single human entity. Creativity took a digital turn during Covid-19, when virtual culture started focusing on the outbreak, leading to the emergence of memetic art that allowed for both comic relief and serious reflection at once. There was, in fact, an explosion of humorous memes connected to various aspects of

the crisis throughout the social media universe, designed to make a dangerous and stressful situation more bearable, at the same time that they were used as sources of satire and critique against those in power, from all parts of the political spectrum. Memetic culture during the pandemic may, actually, have ensconced itself into how we now "read" the world. As Saint Laurent, Glaveanu, and Literat (2021) have aptly noted, memes came to be «conceptualized as partial stories that reflect, capture, and contribute to wider storylines». During the pandemic, memes may have themselves become part of a new frame narrative style, part of a larger social narrative that is implicit in them. It is the individual reader of the memes who reconstructs the narrative, not the author. An example was the image of a funny spiked virus head that went viral at the start of the crisis, constituting an emblem for the pandemic itself. It became a meme on social media, and subsequently adapted to various other forms and media, such as the emoji one below which shows fear imprinted in a caricature of the virus itself, which seems itself petrified of the situation in which it finds itself, thus both warning and making people laugh cathartically:



Coronavirus Meme, 2020

Even the motif of the *danse macabre* appeared in memetic form via the so-called the *Coffin Dance Meme* that went viral during 2020 — a video clip in which a Ghanaian group of pallbearers are seen dancing with a coffin as they hold it on their shoulders. Initially, the group gained worldwide attention through a BBC feature story in 2017. But in March of 2020, a dancing pallbearer video became an internet meme when TikTok versions of the dance attracted nearly three million views, becoming a humorous, yet cautionary, meme about the dangers of the coronavirus pandemic. Footage of the pallbearers were adapted mainly to "fail videos" (clips of people trying to do something but failing to carry it off). Although not explicitly referencing the *danse macabre*, the video nonetheless reverberates with the same kind of subtext — laughing and dancing at mortality in order to be able to cope with it emotionally.

As Ryan Milner (2016) has cogently argued, memes are now a largely visual lingua franca, created and transformed by users across digital spaces, flooding the screen with images that may be seeping into our collective unconscious. It is now almost impossible to literally imagine a major cultural or political moment that does not produce a constellation of memetic videos that present it over and over via endless iterations. Milner suggests that it is through memetic-based forms of communication, that a larger discourse arises, comparable to any kind of discourse of the past. As a result, representation is becoming less and less individual author-based or individual artist-based, and increasingly collective, as memetic amalgams of captured moments in time produced by different individuals accumulate in the communal mind, shaping discourses and even cognition outside of the screen.

Unfortunately, the coronavirus pandemic also exacerbated an "infodemic" crisis that had already beset society during previous pandemics. This was one of the greatest negative impacts traced to online culture during the pandemic, spreading to offline society as well-namely, the perpetration and acceleration of misinformation, mirroring the pattern of spread and mutation of the coronavirus itself. Perhaps during no other pandemic than Covid-19 did the pandemic-infodemic dynamic become so widespread and intertwined, with the disease of the body being matched, and even superseded, by a disease of language and cognition. Tanya Lewis (2020) summarizes this situation as follows:

> This "infodemic" is just as harmful as covid-19 itself, leading people to downplay the severity of the disease and ignore public health advice in favor of unproved treatments or "cures". A recent survey by the John S. and James L. Knight Foundation and Gallup found that four in five Americans say the online spread of misinformation is the biggest problem facing the media. Even with widely available evidence to the contrary, beliefs are hard to change.

The main type of misinformation that surfaced was the so-called conspiracy theory — a type of discourse that invokes a conspiracy by sinister and powerful groups working behind the scenes, often political in motivation, which becomes widely believed even when other explanations are more probable or logical. It is a form of fiction that is presented as plausible, evoking a mythic sense that is likely embedded deeply in the unconscious mind, through which we often tend to view and filter information, assigning it a specific interpretation that fits in with deeply-held beliefs and biases. During the coronavirus pandemic, politics became a major target of conspiracism, pegged as the culprit behind the pandemic, in opposition to the scientific consensus among doctors and medical researchers that the virus had a natural source, passed on from animal to human. This type of discourse reflected reactionary views, spreading them worldwide, leading to antivaccine protests and the belief that Covid-19 was a hoax, or worse, a form of biowarfare — a conspiracy theory that can be arguably traced to the latent influence of pandemic movies, which may have conditioned people subconsciously to perceive a pandemic as being manufactured behind the scenes.

Concluding Remarks

In conclusion, as argued in this paper, pandemics not only illuminate aspects of human weakness and fragility, but also motivate literary-aesthetic reappraisals of the world, which, in turn, impact social mindsets. Haring's art, for instance, helped promote the gay-rights movement of the 1990s and 2000s, allowing it to be grasped visually. Plagues have always presented a choice — return to the status quo or reinvent the world. Certainly, the *Decameron* led to a reinvention of the world, as did Haring's art.

As Edward Albee (1966, 113) so cleverly put, «Fiction is fact distorted into truth». After witnessing the ravages of cholera in Philadelphia, Edgar Allan Poe distorted that truth, to paraphrase Albee, into a story, titled "The Masque of the Red Death" (1842), inspired by how disease had apparently struck people at a ball in Paris in 1832, where guests turned violet beneath their masks. In Poe's novella, a certain Prince Prospero, who is always "happy and dauntless and sagacious", has fled the plague, which stains its victims' faces crimson, in order to live in luxury with his aristocratic peers in an abbey. Indifferent to the suffering of common folk, Prospero and his companions decide to hold a masquerade ball in seven rooms of the abbey. Each of the first six rooms is decorated and illuminated in a specific color: blue, purple, green, orange, white, and violet. The last room is decorated in black and is illuminated by "a deep blood color" cast from its stained glass windows. Because of this chilling color, very few guests are brave enough to venture into the seventh room. At the chiming of midnight, the revelers notice a figure in a dark, blood-splattered robe resembling a funeral shroud, wearing a mask resembling the crimson face of a corpse that had been infected by the Red Death. Prospero demands to know the identity of the mysterious guest. He pursues him with a drawn dagger into the seventh room. When the figure turns to face him, the Prince lets out a sharp cry and falls dead. The terrified revelers surge into the black room and forcibly remove the mask and robe, only to find to their horror that there is nothing underneath. Only then do they realize that the costume was empty and that they would succumb to the disease. The story ends ominously as follows: «And Darkness and Decay and the Red Death held illimitable dominion over all» (Poe 1842, 259), indicating that there is no escape from the plague, no matter how wealthy one is. Poe's story encapsulates, in a way, how writers have reacted to the social and psychological reactions to plagues, focusing on inequalities that permit some to survive simply because they have the means to do so. That theme stared, as discussed, with Boccaccio, leaving its residues in literature and art more generally, ever since.

Historian Frank M. Snowden (2020) used documents and records to understand how epidemics and pandemics have shaped social evolution. He discovered that, among various other things, pandemics have always transformed the arts. Not infrequently, Snowden found

in his research material that the blame for a pandemic was placed on discriminated groups, who became «the scapegoats… of the blaming game», as Shaina Lucas (2018) observes. Scapegoats have been used throughout history for pandemics, as Snowden shows throughout his book. As Samuel Cohen (2012, 535) has also remarked pandemics have often «sparked hatred and blame of the Other». As argued in this paper, this blaming pattern emerged in fiction, as an antidote to it. And this brings us back to Boccaccio, who was perhaps the first to point out the problem of social inequities during a pandemic. As briefly mentioned above, in the opening section of the *Decameron*, Boccaccio describes how the rich were able to escape the plague, while the middle class and the poor denizens of Florence were the ones who were forced to stay at home, unable to leave the city and, fearing imminent death, ended up drinking and living recklessly, dying, as he puts it: «like brute beasts rather than human beings; night and day, with never a doctor to attend them» (Boccaccio 1348, 13).

Snowden's chronicle of how pandemics and the arts are intertwined is in line with German sociologist Norbert Elias' (1939) idea of catastrophic events such as pandemics and wars as initiators of paradigm shifts in civilizations. Elias saw the bubonic plague as bringing about the end of the Middle Ages ushering in a new era in human history, as survivors sought to cope with what they had endured, using their ingenuity and imagination to bring about substantial and substantive changes in society. As Snowden (2020, 23) puts it:

> Epidemics are not an esoteric subfield for the interested specialist but instead are a major part of the 'big picture' of historical change and development…as important to understanding societal development, as powerful forces in societal change as wars and revolutions.

Plagues have enacted changes in worldview, via creative responses such as the invention of fiction by Boccaccio or the street art of Keith Haring. These responses suggest that what becomes embedded aesthetically and culturally during a pandemic would not likely have even been contemplated previously; indeed, it is unlikely that Boccaccio's invention of fictional prose narrative would have made any sense before the plague. They also suggest that after the pandemic the new invention spreads broadly, gaining popularity and changing

culture in the process. In a word, pandemics *influence* the course of artistic-cultural evolution.

The term *influence* is used intentionally here, as an English translation of the Italian word, *influenza,* which in the medical lexicon denotes a contagious viral infection of the respiratory passages. But the word actually means "influence", from medieval Latin *influentia*. It was applied for the first time to an epidemic in Italy in 1743. However, already back in Boccaccio's times the same term was used with medical connotations in expressions such as *influenza di freddo*, meaning "influence of the cold", and *influenza di stelle*, "influence of the stars". The latter referred to the cause of the bubonic plague, which at the time was ascribed to unfavorable astrological conditions. By 1504, *influenza* came to mean a "visitation" or "outbreak" of any disease affecting (that is, *influencing*) many people in a single place at the same time. The word thus encapsulates the overall argument made here — namely that disease *influences* culture and that pandemics are *influential* in every sense of that word.

References

Bibliography

Albee, E., in Lester, E., "Playwright Edward Albee: 'I Am Still in Process'", *New York Times*, September 18, 1966: 13.

Bakhtin, M., *Rabelais and His World*, Bloomington, Indiana University Press, 1984.

Baudrillard, J., *Simulations*, New York, Semiotext(e), 1983.

Boccaccio, G., *The Decameron*, trans. by Guido Waldman, Oxford, Oxford University Press, 2008.

Buchhart, D., Danesi, M., Hofbauer, A.K., Lahner, E., Verzotti, G., *Keith Haring: The Alphabet*, Vienna, Albertina Museum, 2018.

Camus, A., *The Plague*, New York, Modern Library, 1948.

Clark, J.M., "The Dance of Death in Medieval Literature: Some Recent Theories of Its Origin", in *The Modern Language Review* 45, 1950: 336-345.

Cohen, S.K., "Pandemics: Waves of Disease, Waves of Hate from the Plague of Athens to A.I.D.S.", in *Historical Research* 85, 2012: 535-555.

Danesi, M., *Warning Signs: The Semiotics of Danger*, London, Bloomsbury, 2021.

Defoe, D., *A Journal of the Plague Year*, London, E. Nutt, 1972.

Elias, N., *Über den Prozeß der Zivilisation*, Basel, Verlag Haus zum Falken, 1939.

Girard, R., "The Plague in Literature and Myth", in *Texas Studies in Literature and Language* 15, 1974: 833-850.

Goldstein, J.L., "The Spanish 1918 Flu and the Covid-19 Disease: The Art of Remembering and Foreshadowing Pandemics", in *Cell* 183, 2020: 285-289.

Korzybski, A., *Manhood of Humanity: The Science and Art of Human Engineering*, New York, Dutton, 1921.

London, J., *The Scarlet Plague*, New York, Macmillan, 1912.

Ma, L., *Severance*, New York, Farrar, Straus and Giroux, 2018.

McMillen, C.W., *Pandemics: A Very Short Introduction*, Oxford, Oxford University Press, 2016.

McNeill, W.H., *Plagues and Peoples*, New York, Anchor, 1976.

Milner, R., *The World Made Meme: Public Conversations and Participatory Media*, Cambridge, MIT Press, 2016.

Poe, E.A., "The Masque of the Red Death", in *Graham's Magazine* 20, 1842: 257-259.

Potter, P., "Edvard Munch (1863-1944). Self-Portrait After the Spanish Flu (1919-20)", in *Emerging Infectious Diseases* 9, 2003: 407-409.

Riva, M.A., Benedetti, M., Cesana, G., "Pandemic Fear and Literature: Observations from Jack London's The Scarlet Plague", in *Emerging Infectious Diseases* 20, 2014: 1753-1757.

Snowden, F.M., *Epidemics and Society: From the Black Death to the Present*, New Haven, Yale University Press, 2020.

Tigay, J.H., *The Evolution of the Gilgamesh Epic*, Waucanda, IL, Bolchazy-Carducci Publishers, 2002.

Todorov, T., *Grammaire du Décaméron*, The Hague, Mouton, 1969.

Vitaliano, D.B., *Legends of the Earth: Their Geologic Origins*, Bloomington, Indiana University Press, 1975.

Wilkins, E.H., "The Genealogy of the Genealogical Trees of the 'Genealogia Deorum'", in *Modern Philology* 23, 1925: 61-65.

Woolf, V., *Mrs. Dalloway*, London, Hogarth, 1925.

Sitography

Ehsen, Z.R., Alam, K., "Covid-19: an age of fear, simulacra, or reality?", in *Contemporary Social Science* 17 (2), 2022, in
https://libkey.io/choose-library/10.1080/21582041.2021.1942964 (Accessed 30/04/2023).

Heffernen, V., "The Literature of Plagues Gives Us Words to Live By", in *Wired*, April 21, 2020, in

https://www.wired.com/story/literature-of-plagues-gives-us-words-to-live-by/ (Accessed 30/04/2023).

Bergman, I., *The Seventh Seal* (1957), in *Internet Archive*, in https://archive.org/details/seventh-seal (Accessed 30/04/2023).

Kim, K.T., You, S., "Against Covid-19: Inspired by Greek Myth", in *Occupational Medicine*, September 14, 2020, in https://academic.oup.com/occmed/article/70/8/612/5905121 (Accessed 30/04/2023).

Lewis, T., "Nine Covid-19 Myths That Just Won't Go Away", in *Scientific American*, August 18, 2020, in https://www.scientificamerican.com/article/nine-covid-19-myths-that-just-wont-go-away/ (Accessed 30/04/2023).

Lucas, S., "The Unfortunate Scapegoats of the Black Death Were Mainly Heretics, Jews and Witches", in *History Collection*, 2018, in https://historycollection.com/the-unfortunate-scapegoats-of-the-black-death-were-mainly-heretics-jews-and-witches/ (Accessed 30/04/2023).

O'Neill, H., "Art During the Time of Coronavirus", in *McLean's*, March 24, 2020, in https://www.macleans.ca/opinion/art-during-the-time-of-coronavirus/ (Accessed 30/04/2023).

Polowy, K., "Contagion at 10: How Matt Damon's Pandemic Thriller Sounded the Alarm a Decade Before Covid-19", in *Yahoo*, September 10, 2021, in https://ca.news.yahoo.com/contagion-advisor-talks-similarities-between-movie-disease-and-coronavirus-181733447-171019916.html (Accessed 30/04/2023).

Saint Laurent, C. de, Gl veanu, V.P., Literat, I., "Internet Memes as Partial Stories: Identifying Political Narratives in Coronavirus Memes", in *Social Media + Society* 7, 2021, in https://doi.org/10.1177/2056305121988932 (Accessed 30/04/2023).

Antonioni_Barthes. Moda Fotografia Cinema*

Tiziana Maria Di Blasio

Esaminare le con-fluenze tra un cineasta come Michelangelo Antonioni e un semiologo come Roland Barthes a partire da *Blow Up* [1] – film che ha per protagonista un fotografo [2] – nell'ineludibile intreccio dei campi d'indagine comuni a entrambi: Moda/Fotografia/Cinema, significa estendere lo sguardo a una lettura multimediale dei processi della comunicazione come proficua cor-rispondenza tra sistema teorico e attuazione progettuale, tra scrittura intertestuale e visione poliespressiva.

---

* Il presente contributo è un estratto da una pubblicazione in occasione del CX anniversario dalla nascita di Michelangelo Antonioni: Di Blasio, T.M., "Antonioni_Barthes: frammenti di corrispondenze e concordanze da *Blow-up* a *Cher Antonioni*…", in *Cabiria*, n. 202, settembre – dicembre 2022, pp. 5-56, 65-71.

1 Il presente contributo è un estratto da una pubblicazione in occasione del CX anniversario dalla nascita di Michelangelo Antonioni: Di Blasio, T.M., "Antonioni_Barthes: frammenti di corrispondenze e concordanze da *Blow-up* a *Cher Antonioni*…", in *Cabiria*, n. 202, settembre – dicembre 2022, pp. 5-56, 65-71. *Blow Up*, il cui titolo sta per "ingrandimento", rivela un metodo a cui lo stesso autore è ricorso nella propria attività pittorica per i suoi acquerelli in miniatura *Le Montagne incantate*, fotografati e ingranditi (cfr. Antonioni 1983). Il regista è stato anche pittore e, come ricorda Dominique Païni, il suo astrattismo è in sintonia con Henri Matisse, Jean Dubuffet, Paul Klee, Jean Fautrier, Pierre Soulages, Lucio Fontana. Il suo rapporto con le arti è provato ulteriormente dalla corrispondenza epistolare con Morandi, Vedova, Rothko. Lo stesso Barthes in *Caro Antonioni* accosta l'opera di un pittore come Matisse a quella di Antonioni per spiegare l'arte dell'Interstizio (cfr. Barthes 1980a, 8).

2 Tra gli eventi che si sono succediti nel corso degli anni su *Blow Up*, Palma d'oro al Festival di Cannes, due nomination all'Oscar e campione d'incassi a livello mondiale, si segnala, a conferma del valore e dell'attualità dell'opera, la realizzazione della mostra presso l'Albertina di Vienna del 2014 (Moser, Schröder 2014).

Il soggetto è liberamente tratto dal racconto *Las babas del diablo* di Julio Cortázar la cui trama è contrassegnata da mistero, ambiguità e atmosfera metafisica, e caratterizzata dalla relazione tra narrazione letteraria e rappresentazione fotografica.

L'innovazione del film rispetto al testo è nel *glissement* dal fotografico al filmico, e nell'ambientazione, dalla Parigi della fine degli anni '50 alla *Swinging London*. A metà degli anni '60, infatti, nella metropoli si assiste all'irrompere di un fenomeno socio-culturale che avrebbe sinergicamente coinvolto, in forme pop e psichedeliche, arti figurative, musica, moda, fotografia, cinema, pubblicità. [3]

Già nel '64, alla domanda se la presa di coscienza di questo nuovo mondo avesse ripercussioni sull'estetica e sul concetto di artista, Antonioni ribadiva che la Pop Art non andava sottovalutata poiché stava cambiando il modo di vedere e di pensare (Antonioni 1964, 15).

E l'arte, in *Blow Up*, pro-rompe, in modo pluridiscorsivo, sia con opere come il quadro optical di Sedgley e le sculture di Wall, sia nel personaggio del pittore Bill [4], ispirato a Ian Stephenson, esponente dell'astrattismo londinese che mette a disposizione del regista i suoi lavori basati su una personale tecnica di disgregazione dell'immagine, il cui risultato era analogo al processo di sviluppo chimico-ottico degli ingrandimenti fotografici nel film. Tali sequenze hanno duplice significato: sotto il profilo diegetico, rappresentano l'agire del fotografo all'interno della vicenda; sotto quello extra-diegetico, l'istanza meta-linguistica del regista. [5]

---

[3] Nota Walter Moser che la riflessione di Antonioni sulla capacità dei media di rendere ambigua la realtà «rispecchia parte delle idee che circolavano in quegli anni tra gli artisti di Londra. In *Blow-Up* troviamo un riferimento a questi influssi nell'accostamento intermediale dei diversi mezzi di espressione, tale per cui la fotografia viene messa a confronto con la pittura e anche con il cinema» (Moser 2018, 160).

[4] Il rispecchiamento pittura/fotografia è fissato nelle parole di Bill: «Quando li faccio non mi dicono niente. Un pasticcio. Dopo un po' però trovo qualcosa a cui attaccarmi. Come quella gamba lì. E allora viene fuori da solo. È come trovare la chiave in un libro giallo» (Antonioni 1967, 20).

[5] Un clima reso più convincente anche dalla fotografia di Carlo Di Palma, sottolineata da Seymour Chatman: «The colors of *Blow-Up* are at the opposite end of the spectrum from the hot colors of *Il deserto rosso*. Chosen as carefully as for a page in *Vogue*, blues, purples, and greens are used to express "cool" London, not only in the bravura sequence of the models but throughout the film» (Chatman 1985, 157-158). Approfondisce questa componente formale nei suoi aspetti di astrazione Jean Leirens quan-

Nel predisporre il film, Antonioni ha svolto una rigorosa ricerca documentale trasversale, come il dettagliato questionario per acquisire conoscenze su fotografi e pittori. [6]

Prima delle riprese, il regista soggiorna per lungo tempo a Londra allacciando una proficua rete di relazioni che gli consente di intercettare testimoni e artefici del cambiamento epocale in atto. Tra i fotografi leader il trio Bailey, Duffy e Donovan dell'East End, definito "The Black Trinity", era stato celebrato dall'articolo/intervista "The Modelmakers" (Wyndham 1964, 16-21) ed è a questo giornalista che Antonioni si rivolgerà per la costruzione del personaggio di Thomas. La straordinarietà di tale metodologia consiste nell'aver inter-connesso pluralità di fonti e di competenze nella convinzione che un singolo documento non parli mai da solo e non dica necessariamente la verità (cfr. Aumont, Marie 2020, 71-73). [7]

Al '67, anno di uscita del lungometraggio, risale il primo contatto epistolare indiretto Antonioni_Barthes, con una lettera di Renzo Renzi per l'introduzione alla pubblicazione della sceneggiatura. Le motivazioni per convincerlo sono di natura censoria e di promozione, in

do così descrive: «Effets de miroir, univers de glaces, de verre et de vitres, dégradé des couleurs, cadrages géometriques concourent à la création d'un kaléidoscope de formes mouvantes, de reflets nacrés, d'espaces diaphanes, de matières opalescentes. Tout est ici trasparence, fluidité, miroitement» (Leirens 1970, 84).

6 Antonioni elabora un questionario di quattro pagine che sottopone per delineare il protagonista del film, Thomas, e Bill, il pittore (Antonioni 2018, 70-77). L'intuizione di Antonioni trova riscontro nella contemporaneità in artisti come Richard Hamilton, Gerhard Richter e Andy Warhol, i quali decostruivano immagini preesistenti, ma si rivela ancor più anticipatrice rispetto alla produzione artistica del decennio successivo di Barbara Kruger, Sherrie Levine, Richard Prince e Cindy Sherman i quali superarono i confini della disciplina fotografica per aprirsi all'arte contemporanea (cfr. Garner 2018, 58). Passaggio quest'ultimo che in Antonioni si trova già proposto nel parallelo tra i diversi mezzi espressivi di Thomas e Bill.

7 Si consideri la collaborazione ai dialoghi del giovane drammaturgo britannico Edward Bond, autore di *Saved* (1965), un duro ritratto della periferia operaia londinese. Coinvolti direttamente nella produzione del film inoltre furono i fotografi John Cowan di cui venne utilizzato lo studio come set e Don McCullin autore del reportage sociale e dei negativi delle foto del parco, mentre fonte di ispirazione per il loro stile furono Nigel Henderson e Richard Hamilton. Il primo per gli effetti di movimento e di astrazione che davano al soggetto, il secondo per l'isolamento e l'ingrandimento dei dettagli con effetti di puntinismo.

ragione del suo prestigio internazionale. [8] Pur toccato dalla richiesta Barthes non può accettare poiché in partenza per il Giappone. [9]

Dopo questa prima corrispondenza va notato che, se da un lato Antonioni ricerca per *Blow Up* il sostegno di Barthes, dall'altro sin dal '63 quest'ultimo, in un'intervista a Delahaye e Rivette, segnala l'opera di Antonioni a proposito dell'arte moderna e la felicità. [10]

---

[8] «Caro Signor Barthes,
sto preparando, per la collana di cinema che dirigo da anni presso l'editore Cappelli, un volume dedicato all'ultimo film di Michelangelo Antonioni. Tale film rischia di incontrare delle difficoltà presso l'ottusa censura italiana. Perciò noi amici di Antonioni ci stiamo adoperando, in anticipo, affinché tali difficoltà possano essere superate mediante la dimostrazione implicita della loro ridicolaggine culturale. Il volume che sto preparando (che riporterà, lo scenario integrale del film e che non entrerà ovviamente, in polemica diretta con un atteggiamento per ora soltanto temuto), acquisterebbe un grosso peso in questa battaglia preventiva qualora fosse introdotto dallo scritto di un grande nome della cultura europea. Poiché Antonioni mi ha detto che lei ha visto il film, consigliandomi col comune amico Gianni Scalia, le scrivo per chiederle questa introduzione (cioè un suo giudizio sul film), la cui lunghezza sarebbe lei a decidere e che noi desidereremmo intorno alle dieci cartelle. Naturalmente l'editore, onorato di questa sua autorevole collaborazione, stabilirebbe il compenso in base alla sua richiesta. Io spero, caro signor Barthes, che lei possa aiutarci a rinnovare un poco un certo provinciale ambiente italiano. La ringrazio, in ogni caso, per l'attenzione e la prego di gradire i miei saluti più cordiali. Renzo Renzi» (Renzi s.d.).

[9] «Paris, 19 Février 1967
Cher Monsieur,
je suis très touché que vous ayez pensé à m'appeler à collaborer au volume que vous préparez sur le dernier film d'Antonioni. Je suis bien d'accord en pricipe, mais il y a des difficultés matérielles: contrairement à ce que vous croyez, je n'ai pas vu le film et je ne vois pas de moyen immédiat de le voir: il faudrait que je puisse venir en Italie et que vous fassiez une projectionj; or je pars pou le Japon jusqu'au 7 Avril, et même si je puis m'échapper deux jours à Milan ou à Rome, ce ne pourra être avant le 15 Avril, et il faudra ensuite que j'aie le temps de rédiger le texte (je vous signale par ailleurs que je dois aller à Milan et à Naples du 28 Avril au 4 Mai). Que puovons-nous faire avec ces difficultés? Je vous en laisse juge, mais vous prie de dire dès maintenant à Antonioni mes sentiments de solidarieté et d'admiration pour son oeuvre, - même si nous ne pouvons faire aboutir un projet dont je vous remercie. Je vous prie de croire, cher Monsieur, à l'assurance de mes sentiments cordiaux. R. Barthes» (Barthes 1967).

[10] «Si ambigu que soit l'art d'Antonioni, c'est peut-être par là qu'il nous touche et nous paraît important» (Barthes 1963, 30).

In empatia con un tema lambito dal film, la Moda, Barthes usciva sempre nel '67 con *Système de la mode* [11], in cui ricostruiva nell'arco temporale 1957/1963, secondo le dinamiche dello strutturalismo, le mitologie del "processo" Moda de-scritto nelle didascalie delle riviste esaminate, per costruire un sistema semiotico di secondo grado sul piano estetico/sociale e letterario/simbolico. [12] La differenza di approccio dei due autori consiste nella distinzione dei media utilizzati: Antonioni per l'indumento-immagine ricorre a un sistema visivo dotato di un proprio lessico e di una propria sintassi; Barthes, attraverso l'indumento-scritto, procede secondo una riflessione su specifici enunciati verbali.

Punto chiave è il rapporto Moda/Corpo. Per Barthes il vestito non esibisce, ma semantizza: ri-veste il corpo creando una distanza e contemporaneamente lo ri-vela e, se da un lato il vestito riguarda il singolo individuo, dall'altro concerne, innegabilmente, il suo rapporto con la società. [13]

---

[11] Per un approfondimento sui testi di Barthes che riguardano l'universo semantico vestimentario cfr. Barthes, R., *Il senso della moda. Forme e significati dell'abbigliamento*, G. Marrone (a cura di), Torino, Einaudi, 2006.

[12] Roland Barthes già nel 1957 in un articolo dal titolo "Histoire et sociologie du Vêtement. Quelques observations méthodologiques", puntualizzava che il vestito è sempre concepito implicitamente come il significante particolare di un significato generale a lui esterno dal punto di vista epocale, geografico e sociale mentre lo storico segue sia la storia del significante, ossia l'evoluzione delle linee, che quella del significato. Le due storie, tuttavia, non rispettano le medesime cronologie poiché la moda segue un proprio ritmo e dispone di un numero finito di forme archetipe implicando, in tal modo, una storia parzialmente ciclica. Proseguendo sulla relazione Vestito/Storia egli ricorda che significante/significato vestimentari non seguono un percorso lineare poiché la storia, ricorda Barthes citando Braudel, è composta da «un tempo sociale a mille velocità e a mille lentezze» (Barthes 1957, 430-441).

[13] In appendice Barthes dedica l'ultima sua notazione proprio alla fotografia di moda e scrive: «Dans la photographie de Mode, le monde est d'ordinaire photographié sous les espèces d'un décor, d'un fond ou d'une scène, bref d'un théâtre. […] Le théâtre du sens peut ici prendre deux tons différents: il peut viser au «poétique», dans la mesure où le «poétique» est association d'idées; la Mode essaye alors de manifester des associations de substances, d'établir des équivalences plastiques ou cénesthésiques […] pour signifier un point de vue *objectif* sur la Mode, on braque un *objectif* de camera sur une ligne de modèles; pour la ligne «Trapèze», les modèles sont installés sur des trapezes, etc. […] Dans ce décor signifiant, une femme semble vivre: la porteuse de vêtement» (Barthes 1967, 336, 337).

Le sequenze dell'immagine collettiva delle cinque modelle separate da lastre trasparenti che cristallizzano volumi, colori della Pop [14] e geometrie Op [15] dei Swinging Sixties, coincidono come rappresentazione visiva con gli elementi teatrali richiamati da Barthes. [16]

Set fotografico con M. Antonioni, J. Kennington, P. Moffit, R. Murray, A. Norman e M. Hampshire, *Blow Up*, 1966

© LANDMARK MEDIA / Alamy Stock Photo; © ScreenProd / Photononstop / Alamy Stock Photo

[14] La relazione Antonioni/Pop Art è stata presentata nella Mostra *Antonioni: aux origines du pop: Cinéma/Photographie/Mode*, Païni, D., (a cura di), Paris, Cinémathèque française, 9 avril - 19 juillet 2015. Le immagini del manifesto sono tratte da *Blow Up* e riproposte secondo la grafica dei titoli di testa del film. Si segnala il catalogo di riferimento: *Antonioni*, Païni, D., (a cura di), Paris, Flammarion - La Cinémathèque française, 2015.

[15] Nel 1960 l'Op Art fu interpretata da André Courregès con «sperimentazioni artistiche e di materiali: plastiche, metalli, linee angolari, forme che prescindevano dalla silhouette del corpo, esaltanti effetti visivi tra bianco e nero» (Blignaut 2005, 35).

[16] In appendice Barthes dedica l'ultima sua notazione alla fotografia di moda e scrive: «Dans la photographie de Mode, le monde est d'ordinaire photographié sous les espèces d'un décor, d'un fond ou d'une scène, bref d'un théâtre. […] Le théâtre du sens peut ici prendre deux tons différents: il peut viser au «poétique», dans la mesure où le «poétique» est association d'idées; la Mode essaye alors de manifester des associations de substances, d'établir des équivalences plastiques ou cénesthésiques […] pour signifier un point de vue *objectif* sur la Mode, on braque un *objectif* de camera sur une ligne de modèles; pour la ligne «Trapèze», les modèles sont installés sur des trapezes, etc. […] Dans ce décor signifiant, une femme semble vivre: la porteuse de vêtement» (Barthes 1967, 336, 337).

Con la sequenza dell'intrusione nello studio delle due teenager che chiedono di essere fotografate e della distruzione del fondale (cfr. Antonioni 1967, 55) Antonioni ne supera i limiti, per accedere a ciò che va oltre la fotografia, anticipando il Barthes de *La camera chiara* per il quale «accedere a *ciò che sta dietro*» significa illudersi che basti «pulire la superficie dell'immagine» (Barthes 1980b, 100). [17]

Il loro dialogo re-versibile s'intensifica con la sequenza fortemente dinamica fotografo/modella: Thomas/Veruschka [18], nella notazione di Barthes sul rapporto modella/vestito. [19] La sua riflessione teorica s'invera in questa scena che si colloca in una fase in cui – come ricorda Païni – l'interesse del regista si orienta verso i movimenti del corpo. [20]

---

[17] Pascal Bonitzer individua la presenza di un fuori campo sottile che non risiede all'esterno dell'inquadratura, ma si trova al suo interno in una sorta di opaca estraneità che caratterizza il cinema contemporaneo: «Seul le cinéma moderne double ou refend le hors-champ étoffé d'un hors-camp subtil, en appelle à la place du spectateur, à son énonciation. Mais cette place, quelle est-elle? Ce n'est pas le fauteuil, bien sûr. Cette place est sur l'écran, dans une soudaine opacité ou étrangeté de la scène, dans les *tableaux* de Syberberg, Ruiz, Godard, Antonioni, etc. Il se crée alors un vacillement de la représentation, un vertige, une béance» (Bonitzer 1980, 6).

[18] L'immagine della scena Thomas/Veruschka ricorda la fotografia realizzata da Bert Stern nel 1961 per *Vogue Magazine* che ritrae in questo caso lo stesso Bailey e la modella tedesca ma secondo una prospettiva rovesciata: Veruschka posa in verticale mentre il fotografo è disteso.

[19] «À vrai dire, et c'est là toute l'étrangeté de la photographie de Mode, c'est la femme qui est en acte, non le vêtement; par une curieuse distorsion, entièrement irréelle, la femme est saisie au sommet d'un mouvement, mais le vêtement qu'elle porte reste immobile» (Barthes 1967, 337).

[20] «Ai primi piani del volto di Monica Vitti della trilogia modernista si sostituiscono le fotografie scattate con il grandangolo. L'interesse del regista per i tormenti della coscienza si è ormai affievolito: ciò che lo affascina ora sono i movimenti del corpo» (Païni 2013, 131). Pierre Leprohon torna a sua volta sullo shooting e sulla direzione delle modelle, evidenziando la mutazione che avviene in Thomas da creatore a testimone dell'evento/immagine: «Par le jeu de la pose, du vêtement, du maquillage, de la couleur, le photographe anime les modèles, ces «minettes» qui ne sont elles-mêmes que des apparences, des formes vides de substance et de vie, des objets n'existant plus que par l'image qui les fixe. Ce créateur redevient alors un témoin, le témoin de sa propre création, de la réalité qu'il a provoquée et qu'il va surprendre, - telle l'étonnante séance de poses avec le mannequin Veruschka» (Leprohon 1970, 104).

Shooting di Veruschka realizzato da Thomas (David Hemmings), *Blow Up*, 1966,
© Pictorial Press Ltd / Alamy Stock Photo

Dal canto suo Barthes, a proposito del corpo ideale incarnato della cover-girl, rileva la paradossale coesistenza di un corpo astratto e di un corpo individuale. [21] A testimoniare il binomio conflittuale dinamicità/staticità del ruolo della modella è Jill Kennington, una delle cinque indossatrici [22] presenti nella scena di studiata composizione formale. [23]

Il punto più alto di dialogo inter-testuale avviene nel 1980 con l'edizione de *La camera chiara* in cui l'autore riflette in modalità sia ontologica che emozionale sul *medium*, generando una dialettica teorico-pratica con il film e rendendo possibile, per sinergia concettuale al di là della distanza cronologica, una più avanzata interpretazione. Se ne *La camera chiara*, già in prima pagina, Barthes afferma: «Decretai che amavo la Foto *in opposizione* al cinema, da cui tuttavia non riuscivo a separarla» (Ivi, 5), va osservato che l'analisi sui tre soggetti *Operator*, il fotografo; *Spectrum*, il fotografato; *Spectator*, l'osservatore, si ritrova, con tangibile equivalenza, in *Blow Up*, per le molteplici suggestioni, a partire dalla definizione di *Spectrum*. [24]

---

[21] «structuralement, la cover-girl représente un paradoxe rare: d'une part, son corps a valeur d'institution abstraite, et d'autre part, ce corps est individuel […] on le voit de plus en plus photographier le corps «en situation», c'est-à-dire adjoindre à la représentation pure de la structure une rhétorique de gestes et de mines destinée à donner du corps une version spectaculairement empirique» (Barthes 1967, 289).

[22] Jill Kennington, Peggy Moffit, Rosaleen Murray, Ann Norman, Melanie Hampshire. In quegli anni per la prima volta le modelle diventano importanti figure mediatiche, vere e proprie icone di stile che invadono riviste patinate e magazine. Sono: Twiggy, Patti Boyd, Linda Keith, Jean Shrimpton, Penelope Tree, Veruschka, Donyale Luna, prima modella di colore fotografata da Bailey per la copertina di *Vogue UK* nel marzo del '66 e presente nei titoli di testa di *Blow Up*.

[23] Nell'intervista del documentario di Valentina Agostinis *Blow Up di Blow Up*, la Kennington così narra: «Ricordo che le riprese durarono una settimana e fu così insolito per me trovarmi in quello che finì per essere il ruolo di noi cinque ragazze completamente mute e stupide e anche molto immobili invece della solita dinamica a cui ero abituata. Lui sapeva esattamente quello che voleva da noi cioè una specie di tableau» (Kennington 2016).

[24] «colui o ciò che è fotografato, è il bersaglio, il referente, sorta di piccolo simulacro, di *eidòlon* emesso dall'oggetto, che io chiamerei volentieri lo *Spectrum* della Fotografia, dato che attraverso la sua radice questa parola mantiene un rapporto con

La distinzione barthesiana tra la fenomenologia della fotografia e quella del cinema [25], la prima contraddistinta dall'*immobilità* e la seconda dal *movimento*: «la fotografia non è minimamente protesa, mentre il cinema è proteso» (Ivi, 90), trova piena rispondenza nel film, girato quattordici anni prima, dove tale differenziazione è esemplificata nell'immobilità dei singoli fotogrammi in b/n e nella frenetica mobilità del set fotografico e dello sviluppo, nello *scatto* dell'immagine fotografica rispetto allo *scorrimento* dell'immagine filmica. [26] Thomas, quando riprende la scena nel parco, effettua istantanee, fissando ciò che vede in forma *statica*; quando dopo rivede i singoli scatti in camera oscura e poi, per trarne un ipotetico significato, lo fa scorrendo i singoli ingrandimenti, ricorre a una forma *dinamica.*

Un'ulteriore cor-rispondenza riguarda la compresenza di due elementi che il semiologo chiama *studium* e *punctum*. Se lo *studium* è campo di interesse culturale della Fotografia, il *punctum* «è quella fatalità che, in essa, *mi punge* (ma anche mi ferisce, mi ghermisce)» (Ivi, 28), una sorta di «striatura imprevista» (Ivi, 95), come avviene per Thomas a Maryon Park, "ghermito" dalla fatalità dell'evento imprevisto a cui sta assistendo. Ancor più conseguente è la definizione di fotografia che ne dà Barthes in conclusione: «La Fotografia diventa

lo «spettacolo» aggiungendovi quella cosa vagamente spaventosa che c'è in ogni fotografia: il ritorno del morto» (Barthes 1980b, 11).

[25] A proposito della sua proverbiale "*resistance*" nei confronti del cinema, chiarisce Philip Watts, a cui si deve uno studio approfondito sul rapporto di Barthes con il cinema: «Resistance is a sort of compromise between fascination and repulsion, or rather the alternation of critique and fascination, of turning away from while turning toward the sensual delectation of the image» (Watts 2016, 1).

[26] Il fotogramma, secondo Barthes, ridà il "dentro" del frammento: «Le photogramme est alors fragment d'un second texte *dont l'*être *n'excede jamais le fragment*» (Barthes 1970, 19). L'accostamento fra Barthes e Antonioni per quanto concerne l'idea di frammento e che costituisce modalità specifica del linguaggio antonioniano, è confermata dalla puntuale analisi di George W. Slover a proposito di *Blow Up*: «Tutta la prima parte del film si presenta come una rapida ed uniforme successione di frammenti equivalenti di oggetti, di gesti, di luoghi e ad accrescere questa impressione concorre la totale abolizione della sequenza come unità filmicamente identificabile: punti di riferimento spaziali e temporali che in qualche modo potrebbero ancora lasciare un residuo di "unità d'azione" vengono sistematicamente neutralizzati dal ricorso a cesure, ad interruzioni non "motivate" che annullano, appunto, ogni effetto di unità d'azione e riducono la successione delle inquadrature (e del loro "contenuto") ad un informe e unidimensionale collage» (Cuccu 1973, 217).

allora per me un *medium* bizzarro, una nuova forma di allucinazione: falsa a livello della percezione, vera a livello del tempo: un'allucinazione in un certo senso temperata, modesta, *divisa* (da una parte "non è qui", dall'altra "però ciò che è effettivamente stato"): immagine folle, *velata* di reale» (Ivi, 115), come la sequenza finale del film, immagine anch'essa allucinata, velata di reale.

È poi la diversità e l'eterogeneità delle fasi dell'atto fotografico, dal momento creativo a quello della stampa con le oggettive fratture nell'evoluzione della creazione determinate dalla successione temporale, a esigere rimandi a estetiche diverse suscitando una percezione frammentata dell'atto stesso, teorizzato da Barthes e attuato da Antonioni. [27] Come capita a Thomas che passa dall'univocità delle proprie certezze alla loro dissoluzione e accettazione. Che la fotografia nel suo presentarsi come oggetto definito celi il suo essere atto del fotografare lo conferma lo stesso Barthes che, al riferire l'esperienza di straniamento nel ricevere una propria fotografia, cita espressamente *Blow Up* come significanza e decifrazione. [28]

---

[27] Come descriveva già nel '65, nel medesimo periodo della genesi di *Blow Up*, il sociologo Jean-Claude Chamboredon, all'interno di un volume tra i più rilevanti sul tema: *Un art moyen: Essais sur les usages sociaux de la photographie*, curato da Pierre Bourdieu: «Le intermittenze dell'atto fotografico rendono possibile la percezione dell'ambiguità culturale della fotografia, che esse spiegano nello stesso tempo in cui l'esprimono. In effetti, la fotografia può collegarsi a modelli differenti e si lascia leggere come attività di registrazione e di riproduzione, creazione artistica o operazione tecnica. E la diversità degli usi della fotografia, materializzata in qualche modo nei procedimenti, negli strumenti e nei modi di uso, spiega in ultima analisi come i fotografi possano avere della loro attività una percezione ambigua o contraddittoria, e insieme che essi non arrivino mai a cogliere come pura creazione le operazioni che effettuano. Queste rappresentazioni mettono doppiamente in causa l'immagine che i fotografi vogliono dare di se stessi: servitori di un apparecchio e riproduttori del mondo esterno, essi non possono che mettere in dubbio la loro libertà creatrice e la singolarità della loro creazione» (Chamboredon 1972, 235-236).

[28] «Un giorno ricevetti da un fotografo una mia foto di cui, nonostante gli sforzi, non riuscivo a ricordare dove mi era stata fatta; esaminai attentamente la cravatta e il pullover per cercare di scoprire in quale circostanza li avevo indossati; fu tutto inutile. E tuttavia, *appunto perché si trattava di una fotografia*, non potevo negare che ero stato *là* (anche se non sapevo *dove*). Questa distorsione tra la certezza e l'oblio mi diede una specie di vertigine e come un'angoscia poliziesca (il tema di *Blow-up* non era molto diverso); andai al *vernissage* come per svolgervi un'indagine, per apprendere finalmente ciò che non sapevo più di me stesso» (Barthes 1980b, 86).

Da notare che, in un discorso monografico sulla fotografia in cui l'autore ritorna a più riprese sul primato di essa rispetto al cinema, egli ricorra a un film e non a caso proprio a *Blow Up* utilizzandolo non in quanto insieme di fotogrammi bensì nel proprio divenire filmico.

Antonioni, a sua volta, aveva affermato:

> La realtà io l'ho conosciuta fotografandola, quando ho cominciato a fotografarla, a riprenderla con la macchina da presa, un po' come nel mio film *Blow Up*. In questo senso credo proprio che questo film sia il mio più autobiografico. È stato proprio fotografando e ingrandendo la superficie delle cose che stavano intorno a me che io ho cercato di scoprire quello che c'era dietro queste cose, quello che c'era al di là. Non ho fatto altro nella mia carriera (Antonioni 1982). [29]

A rendere indubitabile un'ulteriore confluenza immagine/ingrandimento, è che, esattamente come per il regista, il *blow up* altro non è che l'ingrandire la grana della carta disfacendo l'istanza dell'immagine a vantaggio della sua materialità. [30] Come negli ingrandimenti del film, *frammenti* di non-conoscenza che, a seguito del processo di latensificazione, si sgranano sempre più sino a evidenziarne la struttura puntiforme e a farne sparire il senso apparente.

Il paradosso barthesiano viene anticipato ed esemplificato in *Blow Up*: nel reportage sociale in cui il fotografo si limita a registrare ciò che vede, quindi pura *denotazione*; nello shooting di moda in cui è evidente invece «una messa in codice dell'analogo fotografico», dunque procedimento di *connotazione* che implica significante e significato obbligan-

---

[29] Dall'intervento di Michelangelo Antonioni pronunciato a Ferrara in occasione della consegna di una targa da parte del sindaco di Ferrara, Claudio Vecchi, durante il seminario di studi *La formazione di Michelangelo Antonioni*, Ferrara, Teatro Comunale, 21 dicembre 1982; prima sessione del convegno internazionale *Michelangelo Antonioni: Identificazione di un autore*, Ferrara 20-21 dicembre 1982 (Antonioni 2013).

[30] Antonioni: «Noi sappiamo che sotto l'immagine rivelata ce n'è un'altra più fedele alla realtà, e sotto quest'altra un'altra ancora, e di nuovo un'altra sotto quest'ultima. Fino alla vera immagine di quella realtà, assoluta, misteriosa, che nessuno vedrà mai. O forse fino alla scomposizione di qualsiasi immagine, di qualsiasi realtà» (Antonioni 1964, XIV). Quasi in controcanto, Barthes: «io posso avere la folle speranza di scoprire la verità, solo perché il noema della Foto è appunto che *quello è stato* […] Ma ahimè, per quanto scruti, io non scopro niente: se ingrandisco, non faccio altro che ingrandire la grana della carta: disfo l'immagine a vantaggio della sua materia. […] Così è la Foto: non sa *dire* ciò che dà a vedere» (Barthes 1980b, 100, 101).

do a una decifrazione; nell'indagine del parco, infine, in cui è la realtà a guardare il soggetto guardante non più in grado di decrittarla.

Diegeticamente la situazione deflagra quando si passa dagli interni concitati e colorati del set alla calma esterna di un parco solitario, silenzioso, monocromatico, dove Thomas crede di riprendere un delitto, e poi in un campo da tennis dove giocatori-mimi si muovono come in una pantomima, per giungere alla sequenza finale in una situazione di totale ambiguità e di polisemia che sfugge al personaggio che *fotografa* per tornare al regista che *gira*. [31]

In questo processo di scomposizione, il film si articola in una prima sezione dove è la fotografia a dominare e con essa il fotografo, demiurgo che tutto crede di organizzare, controllare e vedere, nella flagranza del suo verificarsi, e in una seconda, introdotta dalla distruzione del fondale, dove il fotografo perde il suo potere di controllo, visione e comprensione. [32] Quest'ultima sembra rimandare alla distinzione barthesiana Operator/Spectrum/Spectator, ma se, nella prima, Operator è il fotografo, nella seconda questi diventa Spectator mentre è il regista a essere Operator. [33]

Il protagonista, passando dalla prima alla terza persona, da soggetto che guarda si muta in oggetto guardato, e il regista, da testimone fuori campo, subentra con la propria autorialità per un cinema che si interroga lasciando allo Spectator la piena facoltà di interpretare. E ciò fino all'ultima sequenza in cui il fotografo, mentre la cinepresa si

[31] «Nelle tre sequenze in cui il parco pubblico diviene protagonista di *Blow-Up* è possibile assistere a una progressiva perdita di controllo da parte di Thomas della certezza dello sguardo. […] Strato dopo strato si scopre qualcosa d'altro, strato dopo strato si pensa di arrivare alla verità assoluta per approdare poi a un nulla che è semplicemente il punto di incontro di infiniti punti di vista» (De Bonis, Youdovich 2012, 50, 52).

[32] Da notare il particolare non irrilevante che i due servizi fotografici di moda sono esibiti solo nel processo e non nel risultato, a differenza delle fotografie del parco che vengono invece mostrate non solo nel momento dello scatto ma anche in quello dello sviluppo e della stampa.

[33] Con *Blow Up*, avverte Jurij M. Lotman: «sembra manifestarsi un'ulteriore svolta rispetto alla tradizione di Ejzenštejn: il cinema comincia a prendere coscienza di sé in quanto sistema segnico e ad utilizzare consapevolmente questa qualità. L'analisi semiotica delle fotografie fortuite permette di stabilire il fatto del delitto, e dunque l'analisi semiotica del mondo, mentre revoca in dubbio la cieca fiducia nell'intoccabilità dei «fatti», apre la via, secondo Antonioni, alla verità propria del cinema» (Lotman 1979, 131).

eleva e si allontana, diventa egli stesso un punto, distante e indecifrabile come la realtà che voleva catturare.

Trascorsi circa vent'anni di concordanze indirette, di empatie intellettuali e di legami intermediali, la relazione Antonioni_Barthes si apre, in quello stesso 1980, a una sincronia compiuta, diretta e personale che proseguirà oltre la morte riguardante anche lo *status* di artista che Barthes riconosce al regista in *Caro Antonioni…* e che quest'ultimo attribuirà al semiologo cinque anni più tardi. [34]

L'occasione la fornisce l'assegnazione al cineasta dell'Archiginnasio d'oro per l'anno 1979, il 28 gennaio 1980 a Bologna. Barthes pronuncia l'allocuzione *Caro Antonioni…* [35] dai tratti di una *Lectio magistralis*, con osservazioni originali e notazioni critiche inedite sui suoi film, come dai toni di una lettera amicale quanto può esserla quella tra persone unite anche da una comune pratica del disegno. [36]

---

[34] «On était très amis. Il a écrit un bref texte, *Cher Antonioni* – qui est peut-être la chose la plus belle qui ait été écrite sur moi. C'était un être tellement sensible et doux. Barthes n'était pas seulement un homme de culture, c'était vraiment un artiste; ses essais sont pleins d'intuitions poétiques. Et c'était là son problème, dans le fait qu'il ne pouvait pas être seulement un essayiste. A un certain moment j'avais pensé utiliser certains passages de son livre *Fragments d'un discours amoureux* dans un film sur la jalousie, inspire d'un conte d'Italo Calvino. Ce n'était pas un film avec une intrigue normale, c'était quelque chose qui était lié à la littérature: les personnages prenaient conscience de tout ce que l'on dit sur l'amour et de ce que l'on vit, il y avait une sorte de comparaison entre ces deux domaines… Je n'ai pas tellement poussé le projet, cela a été un peu ma faute. J'aurais eu besoin de l'aide de Roland Barthes, mais il venait de mourir» (Antonioni 1985, 40).

[35] Per avere la documentazione specifica ai fini della preparazione del suo intervento, Barthes si rivolge a Jean Narboni, fatto che, nel suo *La nuit sera noir et blanche*, libro che ripercorre la genesi de *La camera chiara* e il controverso rapporto del suo autore con il cinema, viene così ricordato nella pagina finale, a ulteriore conferma del percorso qui intrapreso: «A la fin du mois de janvier 1980, quelques jours avant la parution de *La Chambre claire*, Roland Barthes s'était rendu à Bologne pour la remise du prix Archiginnedio d'Oro à Michelangelo Antonioni (le 28 de ce mois). Il avait demandé à Jean Narboni de lui donner de la documentation pour préparer son texte d'hommage à un cinéaste qu'il admirait depuis longtemps, et dont on disait qu'il avait le projet de faire un film sur les relations entre les sentiments et la couleur à partir de *Fragments d'un discours amoureux*. Ce texte, "Cher Antonioni" a été publié, deux mois après la mort de Roland Barthes, dans le numéro 311 des *Cahiers du cinéma*, daté de mai 1980» (Narboni 2020, s.p.).

[36] Païni, nel rimarcare l'empatia dello scritto di Barthes che accosta a quello di Rivette *Lettre sur Rossellini* (1955), pur se con differente intensità, esprime senza reticenze la cifra che qualifica il legame che unisce il semiologo al cineasta: «À bien des égards,

Dopo aver premesso come Antonioni testimoni una corretta percezione del senso non imponendolo, il semiologo definisce quella del regista opera «aperta al Moderno» da lui inteso come «difficoltà attiva di seguire il mutare del Tempo, non più solamente a livello della grande Storia», specificando che in lui «il contenuto e la forma sono storici allo stesso modo», e che i drammi «sono indifferentemente psicologici e plastici», così come «Il sociale, il narrativo, il nevrotico, non sono che livelli, pertinenze, come si dice in linguistica, del *mondo totale*, che è l'oggetto di ogni artista» (Barthes 1980a, 7).

Barthes ricorre a termini come vigilanza, saggezza, sottigliezza e fragilità, e descrive quella del cineasta come un'«arte dell'Interstizio» che lo porta verso una in-direzione del senso rappresentando una «sincope», per concludere con una considerazione sulla complessità dell'essere artista in epoca contemporanea. [37]

Dopo i ringraziamenti di rito, Antonioni replica con una notazione sul dubbio come regola sistematica dell'artista [38] e avrebbe desiderato

---

Antonioni est l'incontestable *ami figural* de Barthes lui permettant de trouver un accès au cinèma contemporain […] On sait que Barthes dessinait selon les principes d'une sorte de respiration conjurant parfois l'ennui. Lors de séminaires, de nombreuses feuilles à en-tête de l'École des hautes études reçurent ses gribouillis, ses labyrinthes, ses abstractions nerveuses et répétitives, dont les dessins de la fin de la vie d'Antonioni furent si proches également» (Païni 2018, 165, 167).

37 «Caro Antonioni,
ho cercato di dire nel mio linguaggio intellettuale le ragioni che fanno di te, al di là del cinema, uno degli artisti del nostro tempo. Non si tratta di un facile complimento, tu lo sai; poiché quella di essere artisti oggi è una situazione non più sostenuta dalla bella coscienza di una grande funzione sacra o sociale; essa non significa più prendere serenamente posto nel Pantheon borghese dei Fari dell'Umanità; significa, ad opera, dover affrontare in se stessi quegli spettri della soggettività moderna (dal momento che non siamo più preti), che sono una stanchezza ideologica, la cattiva coscienza sociale, l'attrazione e il disgusto dell'arte facile, il tremito della responsabilità, l'incessante scrupolo che lacera l'artista tra solitudine e gregarietà. Bisogna dunque che tu oggi approfitti di questo momento tranquillo, armonioso, riconciliato, in cui tutta una collettività è d'accordo per riconoscere, ammirare, amare la tua opera. Poiché domani ricomincerà il duro lavoro» (Barthes 1980a, 9).

38 «Mi sembra quasi di aver tradito, nonostante tutto quello che è stato detto e a cui mi sforzo di credere, quello che dovrebbe essere il compito di un autore, perché se è vero che un autore ha dei doveri verso se stesso, ha anche dei doveri verso la società e specialmente in momenti così gravi come questi dovrebbe essere un trait d'union fra la società e le persone che guardano il suo lavoro. […] Mi consolo pensando che il mio mestiere ha come regola il dubbio sistematico, che riguarda noi stessi, le no-

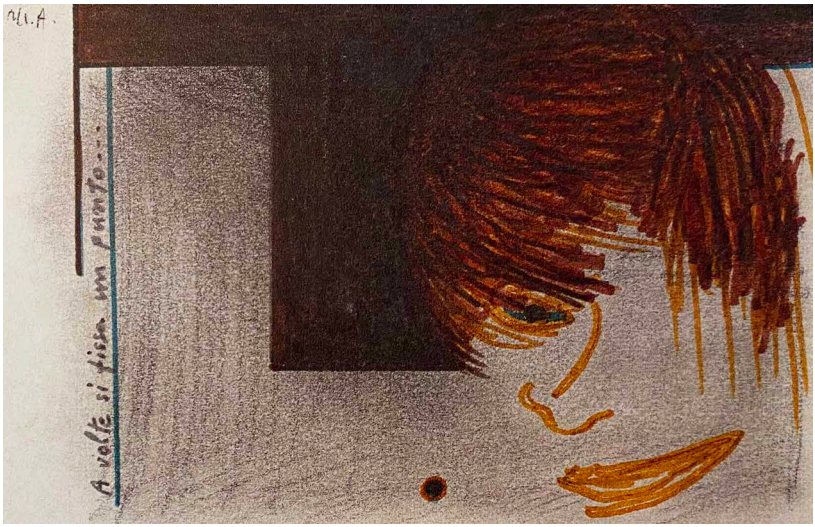
integrare il suo pensiero con una lettera anche in ringraziamento de *La camera chiara*, mai spedita per la sopraggiunta morte di Barthes. [39]

Trattandosi di Antonioni, di Barthes e di *Blow Up*, una provvisoria in-conclusione può essere affidata all'immagine informale del regista *A volte si fissa un punto…* con il commento: «Il momento è drammatico, / ma il personaggio può anche non guardare l'altro. / Conosce la sua faccia, sa perfettamente cosa pensa e perché. / Deve guardare altrove per capire, / nel vuoto» (Antonioni 1992). [40]

stre passioni, i nostri conflitti. Dubitando di noi stessi dubitiamo di qualsiasi verità cui ci accada di arrivare. Fortunatamente ci sono più cose in cielo che in terra, per dirla con Amleto, che non nei nostri ragionamenti. Lasciamoli quindi perdere, questi ragionamenti, non fanno per me, tanto non saprei arrivare a alcuna conclusione» (Antonioni 1980, 10).

[39] «Caro amico,
grazie per "La Chambre claire" che è un libro luminoso e bellissimo allo stesso tempo. Mi stupisce che al cap. 3 tu dica "un sujet ballotté entre deux langages, l'un expressif, l'autre critique", e tu confermi questa opinione nella tua straordinaria prima lezione al collegio di Francia. Ma che cos'è l'artista se non lui stesso un soggetto sballottato tra due linguaggi, un linguaggio che esprime, l'altro che non esprime? È sempre così. I drammi inesorabili e inesplicabili della creazione artistica. Stavo scrivendo questa lettera quando» (Antonioni 1980).
«Avevo appena incominciato questa lettera quando la notizia della morte di Roland Barthes mi è arrivata per telefono. Non sapevo nulla dell'incidente di cui era stato vittima e così la notizia, inaspettata e improvvisa, mi ha lasciato senza fiato, e con un dolore acuto nel cervello. La prima cosa che ho pensato è stata: ecco, adesso c'è un po' di dolcezza e di intelligenza in meno nel mondo.
Credo che andando avanti, in questo mondo che procede in senso brutalmente opposto, di queste sue virtù sentiremo sempre più la mancanza» (Antonioni 1980).

[40] Questo libero "pensiero poetico", nella versione inglese, è stato associato dallo stesso autore al disegno *A volte si fissa un punto…* nella pubblicazione omonima.



M. Antonioni, A volte si fissa un punto…, disegno su carta, tecnica mista, 175 x 125 mm, 1970/1980

© Enrica Fico Antonioni

Bibliografia

Fonti

Antonioni, M., "Michelangelo Antonioni", in *L'archiginnasio d'oro a Michelangelo Antonioni*, cit., p. 10, BRRCB, Fondo Carlo Di Carlo, Inv. CDC.Antonioni.10.15.

Antonioni, M., Minuta manoscritta a Roland Barthes, s.d., BRRCB, Fondo Carlo Di Carlo, Inv. CDC. Antonioni.10.15. Traduzione francese in *Cahiers du cinéma*, n. 311, mai 1980, p. 11.

Antonioni, M., Minuta dattiloscritta a Roland Barthes, s.l., s.d., BRRCB, Fondo Carlo Di Carlo, Inv. CDC. Antonioni.10.15. Traduzione francese in *Cahiers du Cinéma*, n. 311, mai 1980, p. 11.

Barthes, R., Lettera dattiloscritta a Renzo Renzi, Paris, 19 Février 1967, BRRCB, Fondo Renzo Renzi, Inv. RCO 48, Coll. Renzi. Corr BARTHES ROL. Pubblicata ne *Il cinema di Michelangelo Antonioni*, Di Carlo, C., (a cura di), Milano, Editrice il Castoro, 2002, p. 59.

Barthes, R., "Caro Antonioni", in *L'archiginnasio d'oro a Michelangelo Antonioni*, brochure, documenti del comune 11, Bologna, 1980, pp. 7-9, BRRCB, Fondo Carlo Di Carlo, Inv. CDC. Antonioni.10.15.

Renzi, R., Minuta manoscritta a Roland Barthes, Bologna, s.d., Bologna, Biblioteca Renzo Renzi - Archivi Cartacei della Cineteca di Bologna (BRRCB), Fondo Renzo Renzi, Inv. RCO 48, Coll. Renzi. Corr BARTHES ROL.

Tra le diverse pubblicazioni, si segnala "Cher Antonioni par Roland Barthes" in *Cahiers du Cinéma*, n. 311, mai 1980, pp. 5-7.

Studi

Antonioni, M., *Sei film: Le amiche, Il grido, L'avventura, La notte, L'eclisse, Deserto rosso*, Torino, Einaudi, 1964.

Antonioni, M., "La nuit, l'éclipse, l'aurore: Entretien avec Michelangelo Antonioni par Jean-Luc Godard", Godard, J.-L., (a cura di), in *Cahiers du Cinéma*, n. 160, novembre 1964, pp. 10-16.

Antonioni, M., *Blow-up*, Torino, Einaudi, 1967.

Antonioni, M., *Antonioni: Le montagne incantate*, Venezia - Milano, La Biennale; Electa, 1983. Catalogo della mostra omonima Venezia, Museo Correr, 29 agosto – 15 settembre 1983.

Antonioni, M., "Entretien avec M. A.", Tassone, A., (a cura di), in *Positif*, n. 292, giugno 1985, pp. 38-45.

Antonioni, M., *A volte si fissa un punto…*, Fico Antonioni, E., Sieff, A., (a cura di), Catania, Il Girasole Edizioni, 1992, s.p.

Antonioni, M., "Questionario per i fotografi", in Antonioni, M., Cortázar J., *Io sono il fotografo: Blow-Up e la fotografia*, Roma, Contrasto, 2018, pp. 70-77.

Aumont, J., Marie, M., *L'analyse des films*, Paris, Armand Colin, 2020. 4e éd. enrichie.

Barthes, R., "Histoire et sociologie du Vêtement. Quelques observations méthodologiques" in *Annales*, n. 3, juillet-septembre 1957, pp. 430-441.

Barthes, R., "Entretien avec Roland Barthes", in Delahaye, M., Rivette, J., (a cura di), in *Cahiers du Cinéma*, n. 147, septembre 1963, pp. 20-30.

Barthes, R., *Système de la mode*, Paris, Éditions du Seuil, 1967.

Barthes, R., "Le troisième sens: Notes de recherche sur quelques photogrammes de S. M. Eisenstein" in *Cahiers du Cinéma*, n. 222, juillet 1970, pp. 12-19.

Barthes, R., *La camera chiara: Nota sulla fotografia*, trad. di R. Guidieri, Torino, Einaudi, 1980, traduzione dal francese *La chambre claire: Note sur la photographie* (1980).

Barthes, R., *Il senso della moda. Forme e significati dell'abbigliamento*, Marrone, G. (a cura di), Torino, Einaudi, 2006.

Blignaut, H., *Anatomia della moda. Il corpo, i luoghi, l'arte, il cinema*, Milano, Franco Angeli, 2005.

Bonitzer, P., "Le hors-champ subtil" in *Cahiers du Cinéma*, n. 311, mai 1980, pp. 9-11.

Chamboredon, J.-C., "Arte meccanica, arte selvaggia", in Bourdieu, P. (a cura di) *La fotografia: usi e funzioni sociali di un'arte media*, trad. Buonanno, M., Rimini, Guaraldi Editore, 1972, pp. 229-253, traduzione dal francese *Un art moyen. Essais sur les usages sociaux de la photographie* (1970, 2e éd.).

Chatman, S., *Antonioni: or, The Surface of the World*, Berkeley – Los Angeles – London, University of California Press, 1985.

Cuccu, L., *La visione come problema: Forme e svolgimento del cinema di Antonioni*, Roma, Bulzoni, 1973.

Di Blasio, T. M., "Antonioni_Barthes: frammenti di corrispondenze e concordanze da *Blow-up* a *Cher Antonioni…*" in *Cabiria*, n. 202, settembre – dicembre 2022, pp. 5-56, 65-71.

De Bonis, M.G, Youdovich, O., *Cosa devo guardare: Riflessioni critiche e fotografiche sui paesaggi di Michelangelo Antonioni,* Roma, Postcart, 2012.

Garner, P., "Gli ingrandimenti di *Blow-Up*", in Antonioni, M., Cortázar J., *Io sono il fotografo: Blow-Up e la fotografia*, Roma, Contrasto, 2018, pp. 54-69.

Kennington, J., in Agostinis, V., *Blow Up di Blow Up*, documentario, Italia, Minimum Fax Media, con il contributo MIBAC, in collaborazione SKY Arte HD e con Fondo Michelangelo Antonioni - Comune di Ferrara, 52', 2016.

Leirens, J., "L'objet et l'image: Note sur *Blow Up*" in Études *cinématographiques: pouvoirs de l'image*, Astre, G.-A.; Estève, M. (a cura di), nn. 78-81, 1970, pp. 80-86.

Leprohon, P., *Michelangelo Antonioni*, Paris, Éditions Seghers, 1970, 4 éd.

Lotman, J.M., *Introduzione alla semiotica del cinema*, trad. di A. Summa, R. Archini, M. Forti, Roma, Officina Edizioni, 1979, traduzione dal russo *Semiotika kino i problemy kinoe stetiki* (1972).

Moser, W., Schröder, K.A., (a cura di), *Blow-Up: Antonionis Filmklassiker und die Fotografie*, Vienna - Ostfilfern, Albertina Museum; Hatje Cantz, 2014. Catalogo della mostra omonima, Vienna, Albertina, 10 maggio 2014 – 24 agosto 2014.

Moser, W., "Lo sguardo ipnotico di Antonioni su un mondo frenetico", in Antonioni, M.; Cortázar J., *Io sono il fotografo: Blow-Up e la fotografia*, Roma, Contrasto, 2018, pp. 136-171.

Narboni, J., *La nuit sera noire et blanche*, Paris, Capricci, 2020. 2e éd.

Païni, D., (a cura di), *Lo sguardo di Michelangelo Antonioni e le arti*, s.l., Fondazione Ferrara Arte, 2013. Catalogo della mostra omonima, Ferrara, Palazzo dei Diamanti, 10 marzo – 9 giugno 2013.

Païni, D., (a cura di), *Antonioni*, Paris, Flammarion - La Cinémathèque française, 2015. Catalogo della mostra *Antonioni: aux origines du pop: Cinéma/Photographie/Mode*, Paris, La Cinémathèque française, 9 avril - 19 juillet 2015.

Païni, D., "Les raisons secrètes d'une empathie", in de Baecque, A., Gil, M., Marty, È., (a cura di), *Roland Barthes: «En sortant du cinéma»*, UFR/CERILAC, Paris, Hermann Éditeurs, 2018, pp. 163-167.

Watts, P., *Roland Barthes' Cinema*, New York, Oxford University Press, 2016.

Wyndham, F., "The Modelmakers", *The Sunday Times Colour Magazine*, May 10, 1964, pp. 16-21.

Sitografia

Fonti

Antonioni, M., «A volte si fissa un punto…», Archivio Michelangelo Antonioni, Ferrara, in

https://www.archivioantonioni.it/digital-archive/documents/search/result?jsonVal=%7B%22jsonVal%22%3A%7B%-22query%22%3A%5B%22allDoc%22%5D%2C%22_perPage%22%3A20%7D%7D&query=momento+drammatico (ultimo accesso 11/11/2022).

Barthes, R., Biblioteca comunale dell'Archiginnasio, in

http://badigit.comune.bologna.it/books/sol/595189_INV.pdf (ultimo accesso 18/02/2023).

Studi

Antonioni, M., «Lo sguardo di Michelangelo. Antonioni e le arti», 10 aprile 2013, in

https://www.youtube.com/watch?v=VU5vWIRU2t4 (ultimo accesso 18/11/2022).

Sedotti e affiliati. Quando l'immagine è impop-olare

Arrigo Musti

Premessa

In questo contributo cercherò di percorrere, in chiave personale e metacognitiva, un viaggio all'interno del processo di creazione da parte di chi, come me, fa l'artista.

In modo particolare sarà, appunto, il concetto di creatività a essere oggetto di specifico interesse e di critica e/o autocritica.

Al concetto di creatività è necessariamente collegato il concetto di originalità che, in fondo, è quello che distingue l'arte e i suoi processi dall'artigianato.

Mi rendo conto dell'ampiezza e inafferrabilità di questi concetti ma questa indagine è condotta per evidenziare quanto, oggi, noi artisti siamo, volenti o nolenti, consapevoli o meno, sempre più condizionati da fattori esterni, e quanto, al contempo, ci siamo ricavati una nicchia che, spesso, diviene una vera e propria bolla di autoreferenzialità e cesura. Tutto avverrebbe per una quotidiana relazione con il mondo digitale, soprattutto dei cosiddetti social, gestiti, a loro volta, da algoritmi molto sofisticati di intelligenza artificiale.

In estrema sintesi lo scopo, invero ambizioso, di questa analisi è cercare di comprendere quanto il processo creativo di un artista possa essere condizionato dal mondo digitale. Inoltre potrebbe essere utile comprendere, a mia volta, in che misura la seduzione, esercitata da questo universo di immagini e contenuti mediali, influisca e/o determini il processo cosiddetto ideativo artistico. Tanto più approfondirò le mie istanze e i miei comportamenti in relazione al *web*, tanto più sarò portato a estenderli, per analogia, ai colleghi (artisti). Pertanto mi capiterà di passare dalla prima persona singolare alla prima

persona plurale, confortato dal riscontro diretto di alcuni colleghi e, soprattutto, da poderosi studi sull'interazione tra noi e l'intelligenza artificiale dietro i social, come ad esempio in Lev Manovich, che citerò più avanti.

Vi è un livello di consapevolezza? Sicuramente sì. Se lo ha chi scrive, certamente lo avranno tutti gli altri artisti.

In secondo luogo ci si può chiedere: si può giungere a una vera affiliazione non dichiarata nei confronti di certi contenuti continuamente riproposti da una macchina che, se fosse umana, avrebbe miliardi di neuroni specchio?

Certamente questa indagine giocoforza, svolta in chiave soggettiva, non ha né potrebbe avere alcun valore predittivo. È solo un contributo soggettivo per far luce nell'imperscrutabile, e talora segreto, percorso dell'artista, dall'ideazione alla realizzazione di un lavoro, che riveli quali istanze e quali insidie possono celarsi a causa di queste "relazioni a rischio di seduzione e affiliazione" col *web*.

> Mentre negli anni '60 gli algoritmi erano adoperati prevalentemente dagli artisti come parte del loro processo creativo, oggi l'IA culturale su scala industriale è integrata in dispositivi e servizi usati da miliardi di utenti. Invece di configurarsi come uno strumento al servizio di una singola immaginazione artistica, l'IA si è trasformata in un meccanismo per influenzare l'immaginazione collettiva (Manovich 2020, 11).

Nell'epoca della riorganizzazione o *sampling* (Bourriaud 2004, 87) degli elementi esterni e non della creazione *tout court*, la forza subliminale e condizionante del mondo virtuale è grande. Inoltre essa mi costringe, in alcuni casi, a una vera e propria affiliazione a dei modelli culturali legati prevalentemente alla gradevolezza dell'immagine o delle immagini trattate nel processo creativo stesso. Cioè mi piace piacere. E sono convinto che piaccia, più o meno, a tutti i miei colleghi, anche se ci faremmo torturare per affermare il contrario. Sia che si pratichi un'arte concettuale o meno. Ancora più insidioso è, nel caso dell'arte concettuale, il richiamo non tanto a delle immagini quanto a sofisticati sofismi che dovrebbero racchiudere, come tesori filosofici, complicatissimi percorsi individuali, non alla portata di tutti. E quindi percorsi ancora più "artistici" in termini contemporanei. Con il solo limite, in frequenti casi, della totale riedizione di concetti altrui in un *chroma key* infinito,

con parole diverse che portano ai medesimi risultati, che abbiamo visto con la ripetizione con sfumature diverse di immagini "altrui", seppur più abilmente nascoste da improvvisate o costruite auree filosofiche, a volte partorite da saggissimi *millennials*.

Molte *performances* o costosissime installazioni, che sottendono (invadendo, come set cinematografici, spazi sempre più ampi) meravigliosi e analoghi pensieri di tanti altri artisti o pensatori, sacrificano ogni possibile estetica per rappresentare pensieri profondi, seppur copiati dal vicino di banco (che oggi è vicino di schermo), il più delle volte rischiando la bocciatura, anche se alcune rare volte sono davvero interessanti e degni di nota.

Tornando alle immagini (tema più "commestibile" delle speculazioni meramente concettuali) ecco che certi oggetti come la mela, un albero, delle luminarie (di queste ultime, vedremo in seguito) diventano soggetti artistici, declinati in ogni salsa. Essi magari piacciono perché piacciono e sono in molti casi universali o facilmente intellegibili. Insomma hanno tutte le caratteristiche per essere elevati a opera d'arte.

Forse tutte meno una: l'originalità, soprattutto se ci vorrà l'aiuto di un detective per scoprire le differenze tra l'opera di uno o di un altro artista (vedi le luminarie *infra*).

> Davanti alla mela tutti si fanno un *selfie* e il *selfie*, si sa, è un marchio che vuol dire qualità. Nessuno si sognerebbe di farsi un *selfie* davanti a una cosa brutta. Non solo, d'estate alcuni poveri cristi si mettono a dormire all'ombra della mela, e quindi, oltre a confermare di essere una bella opera d'arte, se ne sottolinea anche la funzione civica e sociale (Bonami 2017, 84-85).

Quindi, osservando un'immagine che riceve tantissimi *like*, potrei tesorizzarla nell'immaginario cui poi attingerò, senza rendermi conto che sto entrando in quel percorso che porta alla affiliazione poiché, quando meno me lo aspetterò, questo scenario, spesso modaiolo, riconosciamolo, potrebbe ritornare surrettiziamente, con la pretesa di originalità che deriverebbe dall'averne dimenticato l'origine.

Questa immagine sarà, quindi, fortemente condizionata da fattori di gradevolezza popolare dell'immagine o da fattori derivati dai contenuti trattati nel mio processo artistico. Sicuramente mi è successo di subire anch'io quest'affiliazione, nonostante io ci sia sempre stato attento e abbia sempre visto l'arte come un processo che indaga, in

chiave originale, le relazioni certe tra noi e gli altri, anche quando queste sembrano non esserci.

L'arte, per chi scrive, è sempre stata un modo per comunicare, non saprei come altro definirla, e ritengo che, senza questa esigenza sociale di comunicazione che l'arte soddisfa, essa non avrebbe ragione di essere.

Non solo, ma questa indagine sarà anche mirata a verificare come questo sottile condizionamento, che subiamo e che, in qualche modo, abbiamo contribuito a creare istruendo la IA sui nostri gusti, ci porti a una sfera di autoreferenzialità e chiusura nei confronti anche della possibilità di scoprire che trattasi di immagine mutuata da mondi e contesti lontani da noi. Ma, si badi bene, lontani solo in apparenza.

Tanto forte, infatti, è stato il processo di affiliazione, che altrettanto forte sarà la sensazione di essere liberi in un perimetro virtuale e prigioniero di un bombardamento di immagini a noi estranee, seppur affini, e che ci piacciono tantissimo, al punto di travasarle, in buona fede, in "opere d'arte". Una schizofrenia guidata e guidante il nostro lavoro creativo in ultima analisi.

> A patto che sia comprensibile l'idea originale, può prescindere dagli oggetti e di fatto ne prescinde il più delle volte, oppure li degrada o li recupera dall'immondizia. L'oggetto diventa secondario rispetto alla storia da cui emerge. In questo modo l'artista si mostra coerente con il concetto settecentesco, perché creare valori significa raccontare storie (Aira 2022, 25). [1]

Infine cercherò, sulla base di questa assunta consapevolezza, di rappresentare come, all'interno del mio percorso individuale, ho elaborato delle strategie per una possibile fuga da quella forza *cui resistere non potest* esercitata dal mondo digitale. Senza necessariamente andare a vivere in un'isola deserta.

Questa forza di norma ci condiziona e appiattisce il processo creativo in una relazione simbiotica con la macchina, in molti casi con somma algebrica probabilmente zero in termini di creatività.

La domanda è d'obbligo: è, quindi, possibile e auspicabile emanciparsi da questa influenza? La risposta è scontata: non credo. Ma il valore aggiunto sarà il sapere di non creare bensì di riorganizzare contenuti a noi estranei ma "simpatici". E sarà in questo binomio di

[1] Traduzione mia, N.d.A.

consapevolezza dei nostri limiti e riconoscimento dei nostri gusti che si gioca la partita.

> Il brivido di spiare dal buco della serratura amplifica quell'aura di verità inscritta nella narrazione dei social: per essere efficace, l'autorappresentazione deve insistere sulla dimensione privata, offrire un'illusione di prossimità, rimescolare il quotidiano del follower e del suo influencer – riunirli in un'unica routine digitale. È un'idea che ricalca un'immagine mentale che conosciamo benissimo, e che proviene dal mondo degli slogan e della pubblicità. Il desiderio di emergere, la smania di essere visti, convive sui social con quel bisogno di identificazione che ci spinge a copiare gesti e comportamenti che percepiamo vincenti (Carnevale 2020, 19).

Si passerà, quindi, sulla base della mia esperienza, dall'immagine popolare, per definizione dei "social", all'impopolare. Ove per impopolare intendo immagini che magari non hanno un grande riscontro poiché possono condurre a delle riflessioni anche forti o drammatiche (il pensiero è il grande nemico del popolo e quindi giustiziabile sulla piazza Rossa). Esse però, nel mio caso, viaggiano sotto la superficie. Solo quest'ultima voglio sia assolutamente pop o popolare, come nella serie *Under Surfaces*, di cui *infra* (vedi apparato fotografico).

Sedotti

Quanto tempo impegneremo per avere un'idea più chiara della nostra epoca artistica? Quali e quanti artisti la storia selezionerà? Che contenuto innovativo avranno? È già stato tutto stabilito dal complesso sistema dell'arte contemporanea o vi saranno delle rivoluzioni inaspettate?

A questi grandi interrogativi tutti vorremmo dare una risposta che non sia banalmente quella che il denaro e una certa politica influenzano il complesso mondo dell'arte contemporanea. È vero, vi sono nazioni che hanno ben saputo puntare sull'arte e fare sistema.

Basti pensare al Federal Art Project negli USA del 1935 di Franklin Roosevelt e ai suoi importanti risvolti. Oggi la Cina punta molto sul contemporaneo.

Purtroppo quella lezione, in molti altri Paesi al mondo, non è stata mai tesorizzata.

Questi interrogativi complessi richiedono risposte complesse che considerino le molteplici variabili che strutturano e selezionano nel tempo le tendenze artistiche e gli artisti stessi.

Tali artisti saranno probabilmente quelli che avranno, se non altro, meglio descritto il proprio tempo, con una storia degna di nota.

Ai fini della mia analisi saranno rilevanti, come già detto, solo le relazioni a rischio di seduzione e affiliazione che un artista di oggi, come me, può instaurare con il mondo prevalentemente digitalizzato che lo circonda (al netto dell'orizzonte sempre più ampio degli NFT, *Non-fungible tokens*, che faranno, eventualmente, parte di altra trattazione).

Il primo rischio di tali relazioni è la seduzione.

«I suoi quadri non vogliono far pensare ad altro che ai suoi quadri ... indipendentemente dall'io e dal mondo» (Calvino 1975, 225).

Italo Calvino scriveva così circa i quadri di Giulio Paolini, artista italiano.

Si può? È concepibile che un artista, oggi, riesca a raggiungere un tale livello di estraniazione da poter rappresentare solo il rappresentato, fuori da sé stesso e fuori dal contesto?

Viceversa quanto, oggi, il mondo digitale gioca un ruolo nelle scelte artistiche e/o creative?

E, ancor prima, quanto, a nostra insaputa e con la nostra complicità, esse si traducono, nel tempo, in una vera affiliazione dove, grazie all'intelligenza artificiale, si permette un vero *mirroring* ideativo-culturale? Mi viene in mente il Narciso di Caravaggio (1597-1599). Oggi, l'artista, in cerca d'ispirazione, o semplicemente navigando, può indicare all'AI (*Artificial Intelligence*) quale flusso di immagini, per qualità e quantità, restituirgli. Immagini che ritroviamo quotidianamente sui nostri *devices* e che amiamo vedere poiché rispecchiano il nostro immaginario preferito, ma non sono tale immaginario e non sono la nostra identità, piuttosto rappresentano dei contenuti terzi che ci assomigliano. È come domandarsi: se entro in una sala di specchi deformanti, l'immagine, che ne scaturisce quando mi specchio, sono io oppure qualcosa di diverso che mi somiglia?

Il mondo reale a confronto è solo una pallida fonte d'ispirazione. Anche perché la realtà non la osserviamo più, concentrati sullo *smartphone*, fin quando il vicino di bus ci indica che siamo arrivati al capolinea (se lo fa).

Fuor di metafora, vi sono altri rischi potenziali che, in questo sforzo di autoanalisi, vedo e cioè: quali sono le immagini che ci seducono di più e perché? Quanto, inoltre, ci interessa stabilire se vi sia un altro artista o tanti altri che hanno avuto le nostre stesse idee? Infine, che significa essere affiliati? E a chi? Anticipo che l'affiliazione mi sembra l'ultimo passaggio oltre il quale non esiste più l'autocritica.

In Italia, Paese ricco di tradizioni culturali e folklore, di recente si è potuto osservare un fenomeno, grazie al quale molti simboli della nostra cultura regionale, ornamenti delle feste patronali, ad esempio in Sicilia, sono stati genialmente elevati, da stilisti noti al pubblico mondiale, a trame di abiti, scenografie di sfilate, ecc. ecc.

Questa lodevole capacità di recuperare, scavando nel patrimonio della cultura *pop* italiana, meravigliosi simboli ancestrali che ci riportano indietro nel tempo e di renderli attualissimi ha immediatamente riacceso l'attenzione su di essi (e sugli stilisti naturalmente). Questi ultimi, sempre in grado di stupirci e meravigliarci in positivo, hanno riesumato, sotto gli occhi di tutti, luminarie e trame di antiche gesta cavalleresche dall'oblio di chi li vedeva da secoli senza osservali. Punto.

«In realtà, nella moda si esprime il permanente del mondo della circolazione denaro-merce-denaro, l'essenziale della sua epoca. Moda non significa l'irrompere del nuovo, bensì l'eterno ritorno del nuovo» (Benjamin 2014, 16).

Ma cosa è successo dopo, è davvero degno di nota. Alcuni artisti, evidentemente non indifferenti alla seduzione intrinseca delle luminarie, per esempio le hanno rivisitate, con impercettibili, a mio avviso, varianti e le hanno fatte proprie, declinandole in lavori che hanno invaso, con successo, piazze e gallerie.

Come è possibile che oggetti sotto gli occhi di tutti da secoli, *rectius* sopra gli occhi nel caso delle giocose e festose luminarie, in fondo così semplici, possano avere avuto tanto gradimento?

Simile richiesta di chiarimento per il pop d'oltreoceano viene formulata di seguito:

> Perché due soggetti così banali hanno successo? Ricordate il bersaglio di Jasper Johns della fine degli anni Cinquanta o la sua bandiera americana? Opere che valgono diverse decine di milioni di dollari. Perché? Come i fiori e gli animali, anche il bersaglio e la bandiera sono soggetti al di sopra di ogni sospetto. Chi li vede li riconosce, li unisce alle proprie esperienze personali. Davanti a questi soggetti nessuno

> si sente insicuro, nessuno ha paura di non capire, nessuno ha paura di sembrare stupido. Un fiore è un fiore, una foca una foca. Gli artisti in questione si approfittano dell'insicurezza dello spettatore subito in difensiva quando si avventura dentro una mostra di arte contemporanea? Forse sono dei furbetti questi artisti, forse no (Bonami 2017, 108).

Chi fa il mio mestiere, che cada o meno nel vortice della moda e dei suoi simboli, non è escluso che provi a riflettere su questi aspetti. Le risposte ovviamente non prescindono da soggettività ma hanno, come probabile minimo comune multiplo, la perdita della memoria del momento *a quo* di tale processo incessante di interscambio tra uomo e macchina. Naturalmente un'influenza esterna è sempre stata inevitabile nel processo creativo, ma, nell'interrelazione sempre più pregnante tra intelligenza artificiale e utente, si è creata una vera e propria osmosi di contenuti, che sarà sempre più ampia fino alla vicinissima creazione di "arte" da parte del nostro futuro *avatar,* magari mentre dormiamo.

Prendere coscienza di tale possibile *trend* è un primo passaggio per potere immaginare dei percorsi alternativi, perlomeno nel settore creativo per definizione quale è l'arte.

La seduzione operata dai contenuti, mediati dai media, non è "manierismo". Esso era ed è un processo del tutto consapevole. In esso vi era un collegamento esplicito, da parte dell'artista, all'arte precedente nel tentativo persino di superarla per bravura e contenuti.

È altrettanto vero che nell'arte contemporanea il problema dello sdoganamento di concetti affini, talora sovrapponibili, può divenire trascurabile grazie al concetto di *brand*. Basti leggere il best seller *Lo squalo da 12 milioni di dollari* a riguardo (Thompson 2009, 2), dove il professore ci spiega la psicologia sottesa al mercato dell'arte e dei suoi attori principali. Questi potrebbero essere, aggiungo, visti, usando un termine attualissimo, come dei veri e propri *influencers*.

In estrema sintesi emerge dall'analisi di Thompson che, dal punto di vista dello spettatore, la bontà (soprattutto come investimento) dell'opera d'arte sussiste se viene abbinata a un *brand*, abilmente creato da blasonati galleristi, curatori, direttori di musei, riviste specializzate, quotidiani, ecc. Di costoro lo spettatore e/o il collezionista privato di opere d'arte si fida. Per fede.

Poco importa se il processo creativo, sotteso alla creazione dell'opera d'arte, rivenduta dal mercato, abbia un significativo livello di

originalità o meno. Addirittura il titolo del succitato best seller di Donald Thompson, *Lo squalo da 12 milioni di dollari*, è ispirato a un caso emblematico in tal senso.

Quello che poco importa al mercato può invece rappresentare un significativo problema per l'artista coscienzioso.

Affiliati

Quando lessi l'introduzione dello storico dell'arte Maurizio Calvesi dei miei lavori per la mostra *Rain*, la parola che più mi colpì e che si presta a fungere da *incipit* di questo articolo fu l'aggettivo "nuova": «Una pagina nuova nella pittura non solamente siciliana» (Calvesi 2008, 15).

Questo capitolo è un viaggio sul binario del concetto di "novità", per comprendere se è ancora non solo possibile ma anche utile pensare di produrre significati e significanti nuovi nell'arte cosiddetta contemporanea.

A tal fine si presuppone che lo scopo per quanto nobile, e forse utopico al contempo, sia condizionato, come abbiamo visto, da fattori interni ed esterni.

Spesso ci si focalizza sui secondi a discapito dei primi, ma i condizionamenti interni non sono meno insidiosi di quelli esterni.

Questo percorso, da *faber*, risentirà inoltre del concetto di tempo attinente all'epoca di chi scrive.

Per epoca intendo non solo il secolo di appartenenza ma anche periodi più brevi che sprigionano, ciclicamente, mode e costumi.

Questi ultimi, immanenti ai *social network* e, in generale, a tutto il mondo digitale, non solo hanno una forza seduttiva, ma, ho sperimentato, in qualche misura anche un potere di affiliazione, cui spesso volontariamente non ci sottraiamo.

Li chiamerò, per convenzione, "fattori esterni" di affiliazione.

Più intimistica è invece l'analisi dei "fattori interni" di condizionamento che hanno a che fare con il vissuto individuale ma anche con la nostra capacità di rimanere perlomeno "coscienti" innanzi a quell'universo di immagini digitali che abbiamo inconsciamente costruito, a nostra somiglianza, con l'"aiuto", non richiesto e talora ignorato, degli algoritmi di AI. Universo che, giunti a questo punto, potrei legit-

timamente ritenere sia l'unico possibile. In esso crediamo a tal punto da dimenticare che è fittizio, talora banale e, troppo spesso, non originale. In definitiva il contrario del "nuovo", di cui in premessa, è nemico del processo creativo, che è tale se rimane fedele a chi lo fa.

Cosa non tornerebbe nel processo creativo?

La risposta coincide con la tesi di questo articolo: siamo tutti, volenti o nolenti, a vario titolo sedotti e affiliati.

Da chi?

La domanda è mal posta, in verità sarebbe "da cosa"? Mi viene in mente, come risposta, da una relazione morbosa.

Da noi stessi in relazione all'AI che fa da cassa armonica del nostro ego, ma soprattutto ci fa vivere in un mondo a nostra immagine, in una sorta di *mirroring culturale* (o falso sé) di immagini dove noi ci rispecchiamo. Immagini che non sono nostre, ma che ci piacciono e che ci appaiono nostre e in definitiva lo diverranno, in una piacevole forma di delirio estatico, egoico e del tutto ellittico.

In esso si perde la memoria del punto di inizio, cioè noi, e del punto di approdo, ma soprattutto ci si isola come naufraghi volontari, e dialoganti con un pallone "Wilson", come avveniva per il protagonista Chuck Noland interpretato da Tom Hanks nel film del 2000 Cast Away di Robert Zemeckis. Pallone che poi potremmo scoprire, con nostra stessa meraviglia, che abbiamo comprato, per pochi, euro su Amazon.

L'importante è che si veda chiaramente la marca *Wilson*.

Quando l'immagine è impopolare

Preso atto del nostro volo utopico verso il sole dell'originalità, eviteremo la fine ingloriosa di Icaro se riconosceremo a noi stessi, in chiave metacognitiva, che siamo divenuti "vittime" di noi stessi con la complicità digitale dell'AI, e allora "ripiegheremo" sul piano di realtà dove, archiviato il delirio creativo, ci inventeremo una nostra storia. Essa forse non sarà migliore delle altre ma sarà: "nostra".

Dopo la prima volta nel 2007, sono tornato altre volte sull'impop.

La seconda per una mostra curata da Lorenzo Canova ai musei di Villa Torlonia, in Roma 2014.

Allora i miei pensieri impop erano i seguenti:

> in definitiva penso di fare sempre le stesse cose anche se, spesso, in *modo totalmente diverso. Vedo* me stesso in chiave sociale. Cerco di trovare in me i germi della contemporaneità. Mi considero un mero prodotto di un'epoca che, seppur apparentemente caotica e libera, governa i miei più intimi pensieri. Una volta percepito che, per esempio, sono attratto dalle forme e dal lusso, ingabbio tali immagini in un momento di riflessione, e le analizzo, come può fare un investigatore con un indagato. Le interrogo, le osservo, le ingrandisco. Posso anche allontanarmi dall'immagine, perché ormai è ben chiara. La vedo. La manipolo e la trasformo mentalmente in qualcosa di diverso. *È* un automatismo… Tagliando o bucando le immagini di questi oggetti, finalmente, li sento miei e sento che mi rappresentano in pieno. Ciò mi permette di coglierne la intrinseca precarietà. Se per popolare si intende la tendenza, forse epocale, a fuggire da noi stessi e dal pensiero di noi, la parola che, più di tutte, rappresenta il mio lavoro è impopolare o "impop". Il taglio, in definitiva, assomiglia alla pioggia "rain" (della mia precedente serie pittorica) che cadeva sulle icone dei volti di vittime di violenza o alle gocce della serie "drops". Qui volti statuari affiorano dietro una superficie di colore acceso, lucido, solcati da una goccia di colore. Il taglio è la proiezione tridimensionale della goccia o della pioggia, applicata agli oggetti di lusso. Ma adesso, guardando l'orologio, è passato molto tempo. Ora devo scappare, uscire, vedere, incontrare, comprare, "chattare", "collegarmi", "navigare", guardare, ammirare... *È* una spinta irrefrenabile in me, in quanto semplice prodotto sociale (Musti 2014, 6).

I riferimenti dei miei lavori sono cambiati, ma la sostanza è rimasta la stessa.

Sono sempre stato convinto che la forma seduce, in un modo o nell'altro.

Se si vuole sedurre lo spettatore, è sempre preferibile una superficie lucida e laccata a una che non lo sia.

In questo c'è la più grande concessione che io possa fare alle immagini seduttive che rimbombano, invadono la mia immaginazione e che continuo a utilizzare nei miei lavori.

Tuttavia, devo riconoscere che sia proprio la superficie l'aspetto meno interessante, se vogliamo, dei miei lavori.

La uso solo per "sedurre" lo spettatore inducendolo ad andare "sotto od oltre" la superficie stessa. Mi piace chiamare questo ossimoro "impop", che sta per impopolare.

Del resto, come dice questo passaggio, la superficie conta:

> guardiamo soltanto ciò che viene presentato bene, come dire che desideriamo soltanto ciò che altri desiderano. Gli oggetti allestiti su queste mensole di legno e formica "sono stati acquistati, disposti, messi insieme e confrontati. Si possono spostare, disporli in maniera particolare, ma una volta imballati sono di nuovo separati, restano oggetti come quando li si trova in un negozio". Il soggetto del lavoro di Steinbach *è ciò che avviene nel m*omento dello scambio (Bourriaud 2004, 19).

Tuttavia, nel mio caso la superficie è solo un'esca per attrarre. Essa conta meno di ciò che copre.

Il pop sovrasta ma non nasconde l'impop-olare.

Ho verificato che, quanto più mi allontanerò dal pop inteso non tanto nell'accezione della storia dell'arte ma soprattutto nell'accezione letterale di popolare, tanto più potrò raccontare qualcosa che mi appartiene davvero.

Ho raccontato tante storie tutte nascoste e coperte da immagini seducenti nella forma realizzata con colori brillanti.

Ho usato e uso colori e smalti su superfici ferrose che ricordano le automobili appena uscite dalla fabbrica.

Ho accertato che può servire ad avvicinare lo spettatore. Funziona!

Sotto e oltre questa superficie vi sono sia oggetti di uso comune, come spazzolini da denti, bottoni e copie in miniatura di statue antiche e contemporanee in frantumi in mezzo a simboli del lusso e a richiami alle provocazioni dell'arte contemporanea, ma vi è anche un bambolotto di plastica adagiato per terra che richiama per analogia un bimbo naufrago, cui non è stata negata solo l'infanzia.

Questo caleidoscopio andrebbe letto con tempi lunghi, rallentando la frenesia pantagruelica di immagini di cui quasi ognuno di noi è divenuto nevroticamente portatore insano.

Anche se il contenitore è pop, il contenuto è impopolare. Così come lo è tutto ciò che crea repulsione, paura, sdegno, oppure una riflessione, ecc. La nostra epoca ritengo sia impop nell'accezione che le ho voluto dare, cioè mescola orrori e onori, bellezza e distruzione, profondità ed estrema superficialità, appiattendo e ottundendo i nostri sensi, come in uno *scrolling* di immagini più o meno gradevoli (vedi Impop 22 – *Under Surfaces* serie, Fig. 2).

Ci è comodo rifugiarci nelle immagini più gradevoli e accattivanti, ma esse raccontano solo un aspetto di questo mondo sfaccettato in cui viviamo.

Inoltre occhiali, orologi, collane e bracciali infranti, come le vite delle vittime dei genocidi, non sono esattamente immagini popolari o piacevoli. Esse, solo se si vuole andare oltre i colori abbaglianti, raccontano le storie anonime di tanti uomini, donne e bambini che con quegli oggetti hanno lasciato, loro malgrado, a futura memoria la loro impronta sulla storia (vedi Fig. 3).

Storia che si ripete (modello Srebrenica 1995 che diventa nel 2022 Bucha in Ucraina).

E ancora una sindone di una donna a rilievo può evocare le donne sfregiate nei conflitti, dopo essere state abusate (Fig. 1).

Sono certo che oggi lavorino tanti artisti che, come e meglio dello scrivente, racchiudono, nelle loro opere più o meno concettuali, piccoli o grandi tesori culturali che fotograferanno, meglio di qualsiasi cellulare, la nostra epoca, rivelandone pregi e aberranti verità solo a chi non si fermerà alla popolarità dei *like* ricevuti sui *social*, e cercherà, oltre o dietro superficie, qualcosa di impop-olare e forse per questo più fantasioso della realtà stessa, e cioè, in una sola parola, vero. Anche se talora doloroso o talaltra estremamente allegro o banale.

Tali artisti, sparsi nel mondo, mi piace considerarli colleghi e sottoscrittori del manifesto impop, invero anacronistico e mai nato, sotto la scure di un mondo globalizzato e digitalizzato che ha creato siderali distanze e orgogli individualistici, anche fra di noi esseri umani, tutti.

Apparato fotografico:

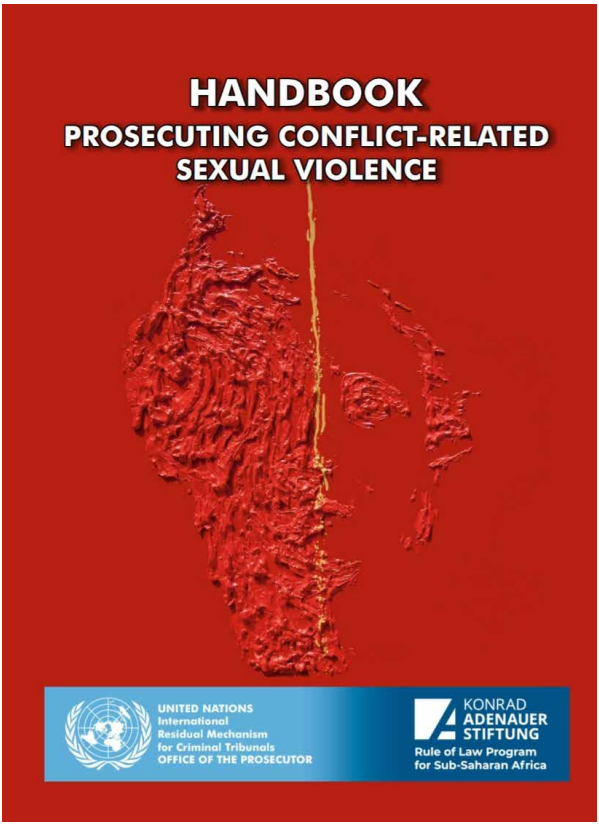


Fig. 1 - Iron drops, *Under Surfaces* series
Cm 70x70x7
Mixed media with varnish on iron.
Arrigo Musti

© 2021 United Nations International Residual Mechanism for Criminal Tribunals, Office of the Prosecutor & Konrad Adenauer Stiftung Rule of Law Program for Sub-Saharan Africa. All rights reserved.

Fig. 2 - Impop 22, *Under Surfaces* series
Mixed media with varnish on iron
Cm 250x200x6 (20 x Cm 50x50x6)
2021
Arrigo Musti

Photography by courtesy of Francesco Domilici

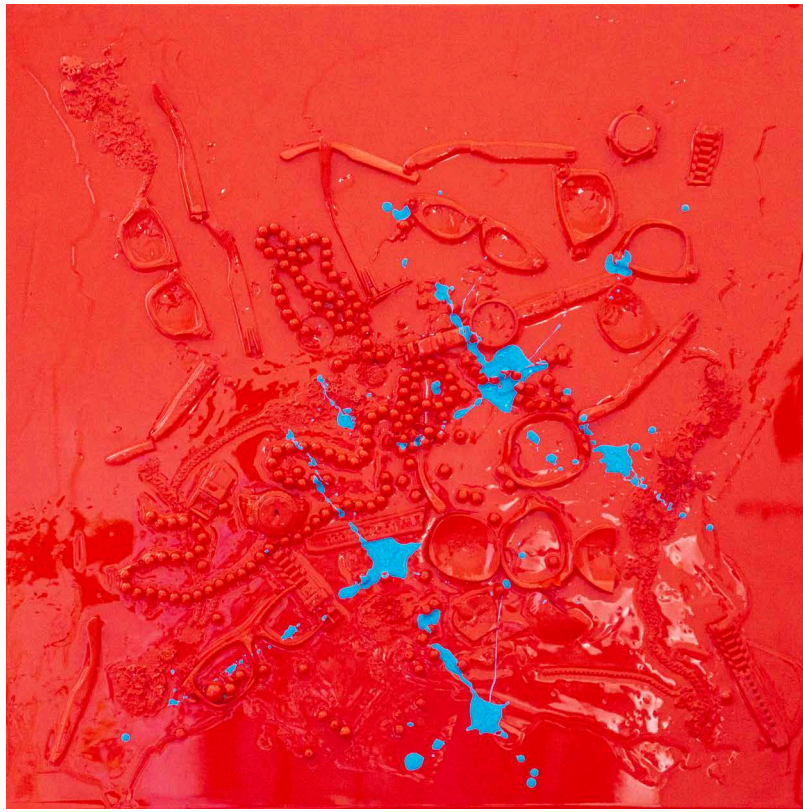


Fig. 3 - Blue and red drops n. 2, *Under Surfaces* series
Mixed media with varnish on iron
Dal 2022 proprietà del Srebrenica-Potocari Memorial Center per le vittime del genocidio del 1995
From 2022 property of The Srebrenica-Potocari Memorial Center for the Victims of the 1995 Genocide - Bosnia and Herzegovina

Photography by courtesy of Francesco Domilici

Conclusioni

Lo scopo di questa breve trattazione è stato quello di fare un percorso, personale e talora intimistico, all'interno della mia esperienza di artista e spettatore, il più delle volte disattento.

Il mestiere dell'arte mi piace pensare che, oggi più che in altre epoche, presupponga non solo la cosiddetta creazione dell'opera (che poi, come abbiamo visto, tecnicamente di creazione nel senso letterale non ha senso parlare) ma soprattutto quell'osservazione dell'arte contemporanea da spettatore dal vero, o mediata da internet, di immagini che ci perseguitano, *rectius* dalle quali ci lasciamo perseguitare quotidianamente.

In questo continuo relazionarci con un mondo sempre più digitalizzato e governato da leggi invisibili e da macchine, sempre più raffinate nell'assecondare i nostri gusti estetici, mi è sembrato interessante capire quanto il nostro processo creativo possa essere condizionato dai cosiddetti fattori esterni e se effettivamente questi fattori vanno a modificare il DNA interno del nostro immaginario sempre più ricco di condizionamenti e in definitiva sempre più povero.

Per non essere tacciato troppo di autoreferenzialità preferisco concludere questo breve articolo con il pensiero di due grandi critici:

> Grazie al sistema museale e agli apparati storici, al bisogno di prodotti e ambienti nuovi, il mondo occidentale ha finito per riconoscere come culture tradizioni fino ad allora considerate votate a scomparire davanti all'avanzata del modernismo industriale, e a riconoscere come arte ciò che una volta era percepito come primitivo o folcloristico. Va ricordato che per una persona agli inizi del Novecento, la storia della scultura andava dall'Antica Grecia al Rinascimento, e si limitava soltanto a nomi europei. L'odierna cultura globale è una gigantesca reminiscenza, un'enorme combinazione della quale è molto difficile identificare i principi di selezione. Come evitare che questo compendio di culture e stili finisca per votarsi a un eclettismo kitsch, un alessandrinismo cool che esclude qualunque giudizio critico?
>
> Ognuno di noi si vede identificato dalla sua personale strategia di consumo dei segni, il kitsch rappresenta solo un gusto esteriore, un'opinione diffusa ma impersonale che sostituisce la scelta individuale. Il nostro universo sociale, nel quale il peggiore dei difetti è l'impossibilità di essere collocati in rapporto alle norme culturali, ci spinge quindi ad una reificazione di noi stessi. Secondo tale visione della cultura,

non importa ciò che ciascuno di noi può fare con ciò che consuma, quindi un artista potrebbe anche servirsi della peggiore soap opera per creare un progetto interessante. Il contrario, purtroppo, è più frequente (Bourriaud 2004, 81).

L'arte contemporanea è diventata in un secolo aristocratica ed elitaria. Per questo, oggi come nella Grecia antica, c'è necessità di reintrodurre una forma di linguaggio democratico. L'arte di Ray rappresenta questo. Un ritorno al futuro. Il gesto del bambino con un modello di auto che pure lei era stata immaginata per tutti, non solo per i ricchi. La macchina del popolo, il volks e il wagen assieme. Il bambino però non è al corrente del valore simbolico, sociale e politico del suo giocattolo. Per lui è un sogno e un desiderio al tempo stesso. L'artista dovrebbe essere quel bambino. Abbandonare gli abiti poco comodi della moda del secolo contemporaneo e rimanere nudo con il suo gesto e la propria immaginazione. Il bambino di Ray non è semplice, ma è accessibile. Il gesto semplicissimo ma universale. Qualsiasi persona di qualsiasi parte del mondo comprende quel gesto. Magari non sarà il nuovo modellino del Maggiolino ma un pezzo di legno qualsiasi, o una vecchia lattina vuota di Coca-Cola, ma comunque quel gesto mette in azione una fantasia potentissima. L'oggetto, quale che sia nella mano del bimbo, diventa un universo di pensieri, l'inizio di una storia, di un viaggio che il bambino farà stando fermo quasi sdraiato per terra, praticamente senza muoversi. Ecco il destino dell'arte. Farci entrare in una storia, farci iniziare un viaggio senza doversi mai spostare. Ma questo non posso farlo io, non potete nemmeno farlo voi. Lo possono fare solo e soltanto i veri artisti. Amen. L'arte contemporanea è finita, andate in pace. Liberate il bambino dentro di voi (Bonami 2017, 145).

Al lettore lascio la sintesi.

Bibliografia

Aira, C., *Sull'arte contemporanea*, trad. di M. Alverà, Monza, Johan & Levi, 2022.

Benjamin, W., *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità*, trad. di E. Filippini, Torino, Einaudi, 2014.

Bonami, F., *L'arte nel cesso*, Milano, Mondadori, 2017.

Bourriaud, N., *Postproduction. Come l'arte riprogramma il mondo*, trad. di G. Romano, Milano, Postmedia Srl, 2004.

Calvesi, M., Monferini, A., *Rain*, Palermo, Plumelia, 2008.

Calvino, I., "Introduzione", in Paolini, G., *Idem*, Torino, Einaudi, 1975.

Canova, L., *Impop*, trad. di D. Gailor, Palermo, Plumelia, 2014.

Carnevale, A., *Da Instagram alla lattuga*, Milano, Mondadori, 2020.

Manovich, L., *L'estetica dell'intelligenza artificiale*, trad. di G. Bobò, V. Catricalà, Bologna, MML S.r.l., 2020.

Thompson, D., *Lo squalo da 12 milioni di dollari*, trad. di G. Amadasi, Milano, Mondadori, 2009.

Una prospettiva creativa sulla disinformazione: il caso *INVENTARIVM*

Eliana Urbano Raimondi

Esempi storici di disinformazione creativa. Da Orson Welles a Joan Fontcuberta

A fronte dell'articolato e contestualmente "semplice" panorama digitale, caratterizzato da profluvi di dati, per lo più visivi, a chiunque accessibile e da ciascuno sfruttabile come canale di espressione/pubblicità – pur nelle limitazioni dettate da algoritmi censori – sorge l'esigenza di interrogarsi circa la natura e gli intenti delle modalità comunicative adottate dagli utenti, così come sugli effetti riscontrati in fase di ricezione dei contenuti veicolati.

Autori e fruitori del sistema mediale, egualmente attori di una scena spesso priva della quarta parete, concorrono quotidianamente, e non di rado inconsciamente, a rigenerare – in termini di feedback e non soltanto – il sistema di comunicazione, ormai sempre più complesso, plurivoco e ambiguo.

E se, come la Storia dell'Arte (e non solo) insegna, la genesi di un valore a partire dall'errore non è cosa inaudita [1], ben si comprende come nel limbo dell'ambiguità di una comunicazione non prettamente artistica, l'Arte possa intrudersi con tutta la sua stimolante e subdola pervasività. Ecco che, quasi inconsapevoli *dandies*, ci si ritrova immersi in una (meta-)realtà in cui a essere dissolto, polverizzato, è il concetto stesso di confine tra realtà e arte, se, per "non veridico",

[1] Si ricordi la lieta accoglienza dell'intervento del caso nei processi creativi promossi dalle avanguardie dadaista e surrealista, così come la rivalutazione dell'errore incentivata dal Rodari di *Grammatica della fantasia*.

dunque per estensione "finto" (< lat. *fingere*: modellare), s'intende per definizione "arte-fatto", "artifizio".

Nell'interstizio dell'equivoco, addirittura dell'ordito inganno, si è storicamente crogiolato l'Orson Welles dell'episodio radiofonico *The War of the Worlds*, i cui effetti sono stati altrettanto favolisticamente colorati dalla stampa dell'epoca. [2] La sua lettura cronachistica delle pagine tratte dal romanzo pre-fantascientifico in questione [3] fece realmente credere a parte della popolazione statunitense, in quel 1938, che un'effettiva invasione aliena fosse in atto.

Per non parlare della riflessione operata da Joan Fontcuberta – nell'ambito dell'esposizione *¿Ça-a-été? Contra Barthes* (Barcellona, Virreina Centre de la Imatge, 2021) – sul valore della fotografia, che esautora del ruolo di sigillo/testimone di realtà, a partire dall'esempio della rivista messicana *Alerta*, contraddistinta da una smaccata teatralizzazione alla base della sua attività di pseudo reportage di cronaca nera. Selezionata, infatti, è la porzione di "realtà" mostrata nelle foto del periodico, tanto dall'obiettivo, *in primis*, quanto dal deittico dell'indice dell'operatore di turno, puntato sulla vittima fotografata, precedentemente messa in scena. Un triplice apparato scenografico, del tutto ingenuo e sfacciato, che, invece di assolvere al ruolo di riportare e all'intento di porre in evidenza, sgretola l'autorevolezza probatoria del mezzo, in assoluto e in relazione alla sua applicazione forense. E se Barthes nel 1971 aveva opportunamente definito la teatralità, non come decorazione della rappresentazione, quanto come limitazione del linguaggio – imprescindibilmente implicata dal posizionamento delle variabili del triadico sistema soggetto-sguardo-mezzo fotografico – al tempo stesso decadeva automaticamente l'oggettività del suo tanto decantato *ça-a-été*, di natura dunque teatrale più che referenziale. [4]

---

[2] Cfr. https://www.wired.it/play/cultura/2017/09/01/fake-news-orson-welles/

[3] Pubblicato nel 1897 dal suo omonimo H. G. Welles, abile autore di opere letterarie, connubi di scienza e fantasia (una recente edizione in lingua originale è di Harper UK, 2017).

[4] Cfr. https://ajuntament.barcelona.cat/lavirreina/es/exposiciones/ca-ete-contra-barthes/542

Il progetto *Inventarium*

Il progetto. Fonti letterarie e storico-artistiche: dal Manoscritto Voynich al Codex Seraphinianus

Sulla scia delle riflessioni alla base delle premesse sopra indagate, s'inserisce il progetto Inventarium – concepito quale silente provocazione, mascherata dall'apparente (pro)positivo incentivo dell'inventiva, di cui si fa paladino – curato dalla scrivente in sinergia con Ivan Cenzi, per l'associazione *L'Arca degli Esposti*. Lo si prende in esame di seguito, come caso di studio che si propone di indagare il valore poetico della disinformazione quale strumento creativo per riflettere sull'odierna comunicazione, spesso viziata.

Il progetto, vero e proprio *Dizionario illustrato multimediale della Gnosi Fantastica*, firmato da artisti contemporanei invitati a coniare un termine, definirlo e abbinarlo a una o più opere quali rappresentazioni iconiche e/o audiovisive del medesimo concetto, si configura come una surreale raccolta di neologismi figurati, di binomi fantastici ed evocative sinestesie, con l'intento di cartografare un vero e proprio mondo alternativo, sognato e composto, tassello dopo tassello, da creativi. Un'impresa visionaria che, grazie alla partecipazione di autori delle più disparate provenienze geografiche – tra queste, Italia, Spagna, Ungheria, Giappone, Argentina – raccoglie svariate testimonianze, organizzate nella forma di una mostra/enciclopedia collettiva in continua evoluzione, consultabile nelle sezioni tematico/oniriche, al sito larcadegliesposti.com/attivita/inventarium/.

Inventarium è stato concepito sulla scorta di criptici libri, primo fra tutti il *Codex Seraphinianus*, enciclopedia fantastica in caratteri asemici, ricchissima di surreali illustrazioni, creata negli anni Settanta da Luigi Serafini e apprezzata da illustri personaggi, tra i quali Italo Calvino, Federico Fellini e Tim Burton.

Edito nel 1981 da Franco Maria Ricci, il libro ha emanato per decenni tutto il fascino della sua indecifrabilità, spaziando dalla Botanica alla Genetica, dall'Astrologia all'Etnografia, dalla Mineralogia alla Zoologia, fino alla Tecnologia. Un titanico sforzo di catalogazione del mutevole, intriso dell'oceano psichico di una mente brillante, dilettatasi nello sfizio ironico di satireggiare con lirismo quell'ansia sociale

di ricondurre l'inclassificabile a schemi noti e comunemente accettati. Un'ansia qui frustrata dall'illeggibilità dei testi/didascalie che, a loro volta, vanificano lo stampo onirico delle illustrazioni. Un cortocircuito che, nelle parole del suo autore, può dirsi «un blocco psichico accompagnato da un canto lirico di upupa» [5]

Precedente storico del libro è certamente il cosiddetto *Manoscritto Voynich* [6], codice illustrato datato al XV secolo, anch'esso redatto in un sistema di scrittura tuttora indecifrato, corredato da un apparato iconografico d'invenzione, catalogo di vegetali sconosciuti, diagrammi di costellazioni, donne ignude in misteriosi contenitori organici comunicanti, eccentrici speziali e radici medicinali (Ferrara 2019).

Lo storytelling come divulgazione creativa dell'arte contemporanea

«Espressione moderna di un'arte antica, basata sull'utilizzo di strumenti digitali» (Bonacini 2020, 53), lo *storytelling multimediale* è una tra le multiformi tecniche in voga nella divulgazione e didattica creativa museale contemporanea, sempre più volta alla connessione di ambiti e alla costruzione di una fruizione esperienziale democratica. Affondate nella notte dei tempi, le plurime radici dello storytelling – *visuale* nei graffiti rupestri, *scritto* nelle memorie degli imperatori o dei romanzi storici, etc. – si sono ramificate, intrecciandosi e contaminandosi fino alla generazione di frutti misti, quali le applicazioni narrative di *augmented* e *virtual reality*, ultime frontiere dell'ambito ludico-educativo. Un'efficacia comunicativa garantita dalla natura intrinseca della tecnica: lo «storytelling è l'arte di parlare dell'uomo all'uomo, di toccare le nostre corde più profonde: è la capacità tutta umana di dare forma all'invisibile». [7]

E qui sta il nocciolo di *Inventarium*: nell'arrivare al pubblico, casuale utente del web, coinvolgendolo con l'approccio del racconto, stuzzicando la sua curiosità e facendogli assorbire per inconscia

[5] https://www.artribune.com/attualita/2014/10/sul-codex-seraphinianus-di-luigi-serafini-che-ora-diventa-un-film/

[6] Il libro è così chiamato dal cognome del mercante di libri rari che di origini polacche che lo acquistò nel 1912 da un collegio gesuita vicino Frascati.

[7] https://www.archeostorie.it/category/archeotales/

osmosi contenuti artistici veicolati in forma poetica. Una fruizione a consumo apparentemente opzionale, quella dei lemmi pubblicati sulle reti sociali, che si insinua nel sistema mediale dell'informazione, sabotandone dall'interno la sua attendibilità attraverso una parodia dello stesso, solo formalmente e parzialmente dissimulata.

Attraverso narrazioni di presunti ritrovamenti archeologici e opinabili scoperte scientifiche, miti e leggende di dimenticati popoli mai esistiti, *Inventarium* dà così voce agli artisti, mettendone in luce le differenze di poetica – non solo visiva ma anche puramente lessicale, l'una spesso specchio dell'altra – facendo loro sperimentare in prima persona il racconto della propria opera mediante una storia particolare che, grazie all'implicito stile e alle visioni create, diviene bandiera dell'universo creativo del suo autore.

Maieutica si delinea pertanto la funzione dei curatori, spesso di supporto agli artisti nell'estrinsecazione dei tratti salienti del loro "vedere" per mezzo della formulazione dei neologismi, nonché attenti a modificare *in itinere* la struttura del progetto, ampliandola ove necessario ai fini di un'ottimale accoglienza di ciascuna proposta, la qual cosa ha talora richiesto la creazione *ad hoc* di sottosezioni dell'enciclopedia per lemmi di non facile collocazione nello schema primigenio.

Le sezioni tematico-oniriche

Si procede di seguito a un'analisi degli ambiti che sono oggetto di studio del progetto in questione, quadripartito in macroaree scientifiche, ciascuna suddivisa in sottosezioni dalla scelta nomenclatura: persino in essa è talora insita la caricatura dell'ambizione classificatoria. Per ciascun sottoinsieme, si fornirà una selezione di voci a titolo d'esempio, dimostrative altresì della variegata proposta di mezzi espressivi adottati – dalla pittura tradizionale a quella digitale, dal collage alla psaligrafia, dalla scultura alla fotografia, alla video arte – rimandando contestualmente, per una fruizione più approfondita e la lettura di ciascun lemma, alla consultazione del sito https://larcadegliesposti.com/inventarium/.

Etnografia

La *Sezione etno-antropologica* affronta un ampio spettro di discipline e campi d'indagine utili a tratteggiare bizzarri usi e costumi di mondi immaginari.

Per le ***Usanze impraticabili***, i raffinatissimi tatuaggi di merletti, cifra dell'ungherese Oliver Pocsik, a preziosa velatura per i volti di dee e ninfe dei suoi collage digitali, ci parlano della misteriosa pratica dell'***Antignosi***. Diffusa presso la setta greca dei Sardonici (III-IV a.C.), questa era funzionale all'occultamento dell'Essenza di ciascun individuo, chiamato a truccare di trine il proprio volto nei momenti di maggior pulsione della stessa, rinchiusa dagli dèi nella prigione del corpo in quanto ritenuta perniciosa per le nefaste agnizioni conseguenti alla sua liberazione. Agli *antignostici*, dunque, il veto di introspezione. [8]

La sottosezione ***Miti, simboli e archetipi***, poi, annovera, tra gli interessanti lemmi, ***Solvisonnia***, quel liminale stadio di dissoluzione del frivolo sogno infantile, personificato nelle semisciolte icone dell'universo pop animato, protagoniste della pittura di glassa di Sabrina Milazzo, la cui epifania è allarme di un rito di passaggio in corso. Un tempo di liquefazione, quello di questi onirici pupazzi, che non è dato conoscere e che svela lentamente il cuore amaro di questi iperrealistici miti disneyani in pasta di zucchero, coloratissimi miraggi in olio su tela.

Interessante è anche il ritrovamento della ***Maschera dell'Intramondo*** di cui ci racconta Miquel Aparici con la sua scultura, esempio d'eccezione nella sua produzione, vero e proprio bestiario personale mecca-organico di *objects trouvés*, rottami e decori lignei di scarti di mobilio. La maschera funeraria dall'aura fantarcheologica, utilizzata nei riti di culto dedicati a Cipactli, divinità drago-serpente creatrice dell'Universo della mitologia azteca, è cinta di una corona circolare rappresentante la porta d'accesso all'*Inframondo*, luogo di transito deputato alla disincarnazione e purificazione dei defunti. Il pezzo si dice rinvenuto nel 1921 da un archeologo svedese presso le rovine della città di Petén e attualmente conservato al Museo Regional del

[8] Cfr. https://larcadegliesposti.com/inventarium-etnografia/#usanze

Mundo Maya di Flores, Guatemala. [9] Una messa in scena di una scoperta archeologica del tutto verisimile, che commistiona abilmente informazioni veridiche con altre smentibili solo mediante una ricerca dei dati di ritrovamento e conservazione forniti e che ben percorre il crinale tra divulgazione e fake news, grazie al profilo dell'artista, direttore di National Geographic per Spagna e Portogallo.

Imprescindibile sorge qui un confronto con la simile, sottile e al contempo spudorata, operazione ironica congegnata da Damien Hirst nel 2018, per la personale *Treasures from the Wreck of the Unbelievable* presso Palazzo Grassi e Punta della Dogana. Una mostra che narrava la storia del naufragio della collezione del liberto Aulus Calidius Amotan, diretta a un leggendario Tempio del Dio del Sole in Oriente, di cui era esposto il prezioso carico di reperti/testimonianze, di fatto postmoderne sculture dell'artista, delle più disparate iconografie religiose e dei più pregiati materiali, conquistate da conchiglie e concrezioni coralline. *Disclaimer* autoparodici: le statue di Topolino che si prendevano beffe di quel pubblico fin troppo credulone. [10]

Nel solco della falsificazione storica si inscrive anche ***Gloveshoe (Calceus manualis)***, la scarpa per mani di Gaetano Costa per il ***Dizionario di Moda Chimerica***, di cui, con abili magheggi di Photoshop, l'artista ha costruito fonti visive a sostegno di una tradizione iconografica millenaria – inserendola nella Storia dell'Arte, in opere da Bosch a Beardsley, in un Crocifisso, e fino alle stampe giapponesi e alla cartellonistica propagandistica dittatoriale, che legittimasse l'esistenza di tale calzatura, nella finzione vittima di una *damnatio memoriae*. Di estremo interesse, anche per la ricercata forma, la definizione del lemma scritta dall'artista:

> La scarpa per mani, quintessenziale feticcio atavico, vittima per secoli di quella *damnatio memoriae* che ciclicamente colpisce i reprobi come i probi, torna a rinascere grazie alla mai abbastanza apprezzata criptoteratoarcheologia inversa che ci restituisce questa immonda meraviglia figlia di un'era aurea che del mal camminar fece talento, ove l'inciampo era grazia, lo armonioso callo medaglia alla voluttà; la indossarono principi e principesse, papi e generali e non si contano

[9] Cfr. https://larcadegliesposti.com/inventarium-etnografia/#miti

[10] Cfr. https://www.artribune.com/arti-visive/arte-contemporanea/2017/04/mostra-damien-hirst-palazzo-grassi-punta-della-dogana-venezia/

> i regali polsi slogati né le falangi dislocate, tantomeno le vituperate esclamazioni blasfeme che seguivano gli accidenti, tanto che gli dei, stufi di tante tonanti bestemmie, finiron coll' imporre, delle graziose calzature, la cancellazione. [11]

Creata appositamente per accogliere le proposte di Francesco Viscuso, è invece la sezione ***Arte Amatoria***, di cui si citano le voci ***Argonautocoitoidealismo*** e ***Capricembalo***.

La prima, *Argonautocoitoidealismo*, si riferisce a una sublimazione saffica dell'uso erotico di strumentazioni quali spire tentacolari – in Giappone associate al feticismo del polpo – invalso nella pratica sessuale dei popoli focomelici, specie nei rapporti femminili intergemellari, e agevolato da conchiglie atte alla raccolta dei liquidi di eccitazione, poi essiccati al nero sole e incapsulati per la decorazione dei santuari sottomarini.

La sagace fantasia dell'artista si fa addirittura lirica nei versi pronunciati dal dio apparso al suonatore di *Capricembelo*, cordofono a percussione usato nelle cerimonie domestiche *precoitali* in ambito *masochisonico*:

> Suona per me oh mio splendore
> Le note più vive
> Le note più sporche
> Con affilate corna
> Scoprirò il velo del tuo bel viso
> Per carezzarti a fondo
> Per carezzarti meglio
>
> Le balsamiche squame
> Della mia fida serpe
> Spalancheranno le tue morbide labbra
> Dapprima lievi
> Sfrenate poi
>
> E sulla scacchiera delle nostre abitudini
> In un Allegro Andante
> Schizzeranno euforiche
> Le rosse acque del nostro diabolico Amore. [12]

[11] Cfr. https://larcadegliesposti.com/inventarium-etnografia/#moda
[12] Cfr. https://larcadegliesposti.com/inventarium-etnografia/#arteamatoria

Scienze

Dai ghirigori anatomici a paradossali forme psicopatologiche, la *Sezione scientifica* di *Inventarium* offre un eccentrico panorama pseudoscientifico di tutto rispetto.

In ***Fisiognomica insurrezionale***, si incontra, con il collage digitale di Paolo Ferrante, ***Muscoencefalico***, termine atto a indicare chi è affetto dall'infezione contratta a contatto con la femmina parassita dell'insetto *Cephalomusca angustiae*, insediatasi nella scatola cranica dell'umano ospite per la deposizione delle proprie uova. Documentazione a supporto è il presunto trattato *Des altérations physionomiques générées par certaines infections* di Marguerite DeJoie, che fornisce gustosi dettagli circa le caratteristiche e le abitudini del subdolo animale assimilabile ai comuni ditteri, vittima di tabù fino al Settecento, che lo stesso Linneo si rifiutò di classificare.

Nefasta l'attività di quegli impercettibili organi di tale insetto votati alla generazione di onde sonore, come pure l'unico paio d'ali, emettenti un suono nostalgico simile a quello di certi strumenti ad arco; sonante anche la proboscide. Circa un milione i tristi organi oculari. Golosa di neurotrasmettitori quali serotonina e dopamina, la femmina di *Cephalomusca* si nutre del cervello umano durante la cova delle uova, dalla cui schiusa cominciano a comparire i sintomi dell'infezione nel soggetto ospitante: malinconia e senso di inadeguatezza, emissione di strani rantoli dal naso, sguardo vitreo e, negli stadi più acuti, mutazione dei bulbi oculari in occhi composti. [13]

Con la ***Sviorinata*** di Domenico Vincenzo Venezia (Fig. 1), poi, si entra decisamente nella sottosezione ***Anatomia Capricciosa***, grazie allo spaccato anatomico delle sue sensazionali sculture che mostrano le viscere di strumenti a corda – uno persino ospitante un feto – il cui funzionamento dell'apparato urinario, spesso eccitato dal tocco del musicista in concerto, è illustrato in un video.

Iperrealistici anche i fasci muscolari dell'orsetto scolpito dal giapponese Masao Kinoshita, protagonista del surreale dialogo sulla ***Me-***

[13] Cfr. https://larcadegliesposti.com/inventarium-scienze/#fisiognomica

tanatomia, termine che è successivamente diventato titolo di tutta la serie organica dell'artista. [14]

Fantasmagorico, poi, l'alternarsi delle varie ***Psicopatologie eretiche*** in un vasto ventaglio che va dalla ***Domofobia*** (*ad litteram*, paura degli ambienti domestici, che porta chi ne è affetto a rifugiarsi in squallidi motel) al ***Floriemetismo*** (rigetto di profluvi floreali, derivato da un'attivazione della sindrome di Stendhal al cospetto di opere d'arte Rococò). Se la prima patologia è rappresentata dalla sfrangiata pittura postbaconiana, alternata a campiture piatte, di Luca Cecioni (Fig. 2), la seconda è protagonista degli intagliati florilegi di carta dell'artista nipponica Kako Ueda. Questi, nella caleidoscopica scomposizione fitomorfa, fanno riecheggiare i leggiadri fasti decorativi dello stile settecentesco, via di fuga dai protocolli di corte, rigidi soprattutto per le donne. Un sinestetico *Rondò* per immagini, una dissonante e gustosa rapsodia al femminile, che omaggia la Venere così come la Madre. [15]

E, ancora, geniale l'etichetta ***Salieripatia*** per descrivere quella malata invidia verso un concertista migliore, che porta all'abbandono del proprio pianoforte – lo documentano i fatiscenti strumenti degli scatti di Nicola Bertellotti – così come la ***Tassofobia*** delle illustrazioni/wunderkammer grafiche di Marco Libardi, *alias* LaVerve. Nei loro meandri rosati brulicanti di esseri polimorfi, c'è tutto il patologico rifiuto e la negazione della tassonomia biologica classica, che porta i malati a frequenti adozioni di comportamenti mimetici, al fine di rassomigliare a esemplari di altra specie. [16]

Più distillata, invece, la sottosezione ***Alchimia dell'etere contemporaneo***, che conta un contributo performativo della giovane rumena Sonia Dumitrescu, nel cui video, ***The Orange Creature***, è mostrato il Pianeta dell'Atmosfera Blu, habitat di tale essere introspettivo, dotato di un grande padiglione auricolare funzionale alla ricezione dei suoni generati dalle radiazioni lunari, probabile fonte di nutrimento intangibile della creatura stessa. [17]

---

[14] Cfr. https://larcadegliesposti.com/inventarium-scienze/#anatomia
[15] Cfr. https://larcadegliesposti.com/inventarium-scienze/#psicopatologia
[16] *Ibid.*
[17] Cfr. https://larcadegliesposti.com/inventarium-scienze/#alchimia

Natura

Triadica è la *Sezione naturalistica*, con focus sulla fauna immaginaria, la flora d'invenzione e leggendari processi metamorfici interspecie.

Per il ***Bestiario fantastico***, si ricorda il ***Cervo dal Sonno Bianco*** **(*Cervus soporus*)** di Vanni Cuoghi, responsabile della toponomastica del paese ligure Cervo, in cui era ambitissima preda di caccia, mai catturata però, a causa del mirabolante sibilo soporifero emanato dalle sue corna, che faceva invariabilmente cadere i suoi potenziali aguzzini in un sonno profondo. Preziosi i pizzi di carta della psaligrafia, che illustra in acquerello la scena di una frustrata battuta di caccia. [18]

Altrettanto prodigiosa, per l'***Erbario magico***, è la letterale "antologia" testimoniata da ***Aquabotanica***, installazione ideata e realizzata nel 2019 presso il Macro di Roma dallo spagnolo Pablo Mesa Capella, che racconta la folle impresa di uno scienziato visionario che viaggiò per l'intero pianeta per raccogliere e incapsulare in bolle d'acqua, utili al mantenimento, ogni esemplare di flora esistente, documentando, con la traccia di un fiore o di una foglia, la memoria di popoli dimenticati.

E, ancora, ***Testae*** di Oriana Majoli (Fig. 3) narra, in un pregiato scrigno di scatti analogici ed elementi vegetali su arazzo di velluto, la leggendaria scoperta del botanico e alchimista italo-francese Lavoix che, interessatosi all'anatomia, cominciò a studiare i cadaveri dei condannati alla decapitazione, notando come l'energia vitale permanesse nei corpi decollati per circa dieci o quindici minuti dall'esecuzione, cosa che pensò di sfruttare e non far disperdere, innestando in carotidi e giugulari semi di piante che, in quel breve frangente di tempo, conoscevano improvviso rigoglio. [19]

Antologia di anomalie naturali, infine, presenta rare chicche come la ***Veganmorfosi*** dell'argentino Stanley Gonczanski che, col suo collage digitale, intona un inno alla mutevolezza, condito dall'eleganza manierista delle grottesche (il termine è qui usato quale nome del motivo decorativo, non come attributo), dal polimorfismo cinquecentesco che qui accoglie innesti settecenteschi e pop, in cui si visualizza la frenesia dell'impeto metamorfico. Il processo descritto, infatti, è la

[18] Cfr. https://larcadegliesposti.com/inventarium-natura/#bestiario
[19] Cfr. https://larcadegliesposti.com/inventarium-natura/#erbario

trasformazione di un essere umano da uno stadio carnivoro immaturo a uno vegano adulto, accompagnata da un'importante alterazione del suo aspetto fisico, del carattere e della struttura, cagionata da un veganesimo radicato: un cambio di *habitus* alimentare, riflesso nel cromatismo cellulare e nella composizione del soggetto rigenerato da tale metamorfosi, che può altresì essere praticata attraverso la stregoneria o macchinari di tecnologia avanzata. [20]

Geografia

Quarto ambito di *Inventarium*, la *Sezione geografica* è dedicata all'***Atlante delle Città e dei Luoghi metafisici***, di cui si menziona il sofisticato lemma ***Zerosfera***, corredato dai glaciali e magnetici scatti digitali di *Aqua Aura* che, tra iceberg, vortici d'acqua e bolle fluttuanti in un aere immoto e sottovuoto, parlano di quella particolare condizione estetico-filosofica legata all'azzeramento di ogni prospettiva spazio-cognitiva: una distruzione di qualunque gerarchia basata sul pensiero prospettico centrale, a favore del raggiungimento di un'evanescenza vicina al Sublime. Degne di approfondimento anche le accezioni secondarie del termine, che l'artista si è speso a illustrare nei più accurati dettagli. [21]

Scopo e ricezione del progetto

La sapiente miscela di scrupolosità descrittiva, perizia analitico-didascalica e stravaganza della maggior parte dei contenuti, artatamente operata dagli artisti di *Inventarium*, ha effettivamente fatto sì che il progetto adempisse agli obiettivi posti dalle direttive curatoriali. Scopo principe, infatti, è proprio la creazione di un negativo della comunicazione mediale contemporanea, che sempre più spesso manipola il lettore coi suoi intarsi di rari dati falsi in ampi contenuti veridici o semplicemente con la presentazione di versioni parziali di questi ultimi, che si prestano a distorte interpretazioni degli stessi.

[20] Cfr. https://larcadegliesposti.com/inventarium-natura/#anomalie
[21] Cfr. https://larcadegliesposti.com/inventarium-geografia/

La qual cosa, nel migliore de casi, instilla il dubbio nell'acuto lettore ma, per lo più, costruisce una vera e propria realtà platonica da mito della caverna – o aristotelica dell'*Ipse dixit* – strumentalizzabile fino ai termini della generazione di psicosi di massa.

Per converso, nella (non troppo) dissimulata critica a tale viziato sistema di comunicazione, *Inventarium* incastona in un contesto diffusamente fantastico, pur trattato con tutta la scientificità di una divulgazione enciclopedica, saltuarie note attendibili, atte a stimolare l'impulso di una caccia al "vero", al fine di far inconsciamente ed empiricamente apprendere un modello comportamentale di discrimine, un'attitudine alla lettura tra le righe che faccia riflettere sugli effetti dell'esposizione alla comunicazione. Così, nella ricezione del progetto da parte del pubblico, non sono mancati gli auspicati fraintendimenti che hanno visto fruitori cercare in rete, per verificarne l'effettiva affidabilità, alcune delle confezionate nozioni veicolate dai surreali lemmi.

Disambiguazioni artistiche in ambito NFT. Esempi dalla collezione del Museo Moco

A partire dal caso particolare *Inventarium*, può essere interessante allargare il raggio di analisi a esempi di più ampio respiro e notorietà, quali i recenti fenomeni di **equivocità mediatica** protagonisti del sistema dell'arte, scaturiti da opere digitali della **comunità NFTs** (*Non-fungible tokens*).

Prima tra tutti: ***Hortensia Chair***, meglio nota come "la sedia impossibile" di **Andrés Reisinger**, divenuta realtà tangibile per puro caso. Acclamata sui social, a seguito della pubblicazione del suo *avatar* primigenio sul profilo Instagram dell'artista, tale poltrona, rivestita di una coltre di fiori color pesco, è stata oggetto di plurime richieste d'ordine, come se si trattasse di un concreto articolo di design. Fraintendimento, questo, scaturigine della fortunata traduzione in materia del simulacro digitale, grazie alla collaborazione, *in primis*, col *textile designer* Júlia Esqué, per una edizione limitata (2019) e, in secondo

luogo, col brand olandese Moooi, che ha prodotto la poltrona anche nella sua versione grigio chiaro. [22]

Ma è certamente con ***Everydays. The First 5.000 Days*** (2021) di **Beeple** che il fenomeno NFT è stato reso noto al grande pubblico, grazie all'esorbitante cifra/traguardo di 69,3 milioni di dollari con cui il gruppo di lavori digitali in vario stile – dallo splatter al satirico, dal fantastico al videoludico – è stato battuto all'asta di Christie's. Trattasi di un'infinità di *file* dalla multiforme estetica, anch'essi esposti in uno schermo presso il Museo Moco di Barcellona, su cui scorrono senza soluzione di continuità quelli che sono nati come post quotidiani del profilo Instagram di tale creatore di contenuti, ormai divenuto indiscusso *vip artist*. Patenti sono dunque il potere d'acquisto e la fama raggiungibili, per esempio dagli artisti, in ambito mediatico, attraverso l'uso consapevole o casuale delle reti sociali, così come viceversa, in ambito artistico, da parte di *influencer* ed esponenti già affermati dei social media.

A tal riguardo, aperta la porta del mondo NFT, vale la pena di fare un breve *excursus* connesso allo scenario *blockchain* in cui hanno letteralmente investito, per i facili guadagni, vip quali **Paris Hilton** o il dj e produttore musicale olandese **Don Diablo**, ora entrati nello *star system* degli artisti visuali. ***Bedroom Bliss*** (2021) è la glitterata e super kitsch camera da letto da Barbie, concepita dall'immaginazione dell'imprenditrice che da adolescente vi si rifugiava mentalmente nei momenti bui, ora tradotta in immagine visibile grazie alla collaborazione con l'artista Blake Kathrin. ***Hexhibit III*** (2021), invece, è l'opera del dj, dall'aspetto di un portale dimensionale, primo enorme oggetto fisico correlato a un'opera NFT, in questo caso, un film/metaverso in cui ci si può immergere una volta varcata la soglia d'accesso.

[22] Cfr. https://www.elledecor.com/es/diseno/a36743291/hortensia-chair-andres-reisinger-silla-petalos-instagram/

Apparato fotografico:

Fig. 1 - Domenico Vincenzo Venezia, *Sviorinata, ovvero Aria sulla Quarta Aorta dal Trittico Anatomo-Musicale*, 2021, cera, filo di ferro, meccanismo idraulico, violino su base in legno

Fig. 2 - Luca Cecioni, *Full Room Vision*, 2018, acrilico su tavola, 46x42 cm

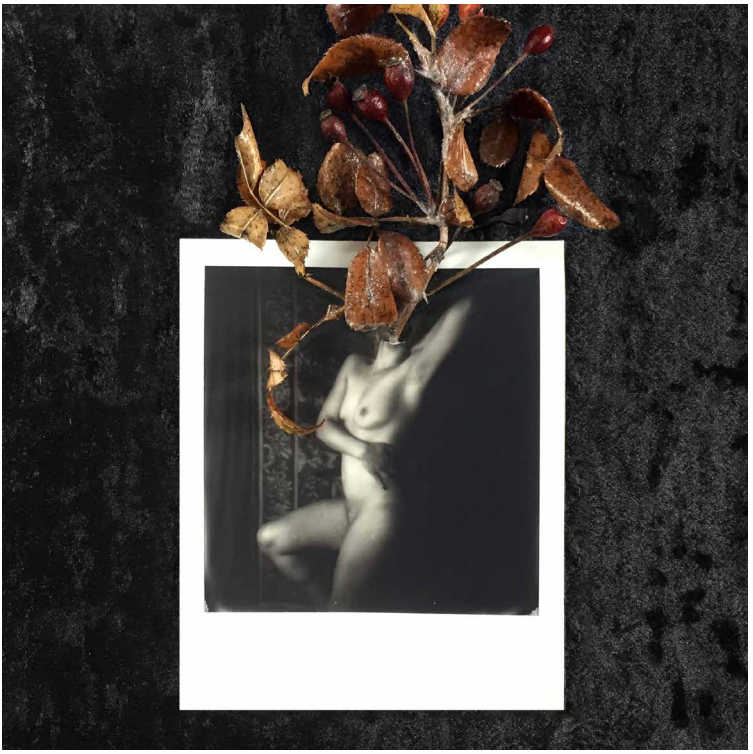


Fig. 3 - Oriana Majoli, dalla serie *Testae*, 2020, fotografia analogica e frammenti vegetali essiccati su arazzo

Bibliografia

Barthes, R., *Sade, Fourier, Loyola, La scrittura come eccesso*, Milano, SE, 2022.

Bonacini, E., "I musei e le forme dello Storytelling digitale" in Migliore, T., (a cura di), *Riflessi. Collana di Semiotica dell'Arte*, Canterrano, Aracne Editrice, 2020.

Ferrara, S., *La grande invenzione. Storia del mondo in nove scritture misteriose*, Feltrinelli, Milano, 2019.

Gennaro, E., *Giocare al Museo, Quaderni di Didattica Museale*, collana a cura del Laboratorio Provinciale per la Didattica Museale, Ravenna, Settore Museale, 2005.

Serafini, L., *Codex Seraphinianus*, Milano, Rizzoli, 2021.

Welles, H. G., *The War of the Worlds*, London, Harper UK, 2017.

Sitografia

Antolín García, A., "La silla imposible se ha hecho realidad", in *Elle Decor*, 23 giugno 2021, in

https://www.elledecor.com/es/diseno/a36743291/hortensia-chair-andres-reisinger-silla-petalos-instagram/ (ultimo accesso 30/04/2023).

Archeostorie Magazine, *Racconti*, in

https://www.archeostorie.it/category/archeotales/ (ultimo accesso 30/04/2023).

Dalla Casa, S., "Fake news d'epoca: "La guerra dei mondi" di Orson Welles e il mito del panico di massa", in *Wired*, in

https://www.wired.it/play/cultura/2017/09/01/fake-news-orson-welles/ (ultimo accesso 30/04/2023).

Fontcuberta, J., *Ça-a-été? Contra Barthes*, Barcellona, Virreina Centre de la Imatge, 2021, in

https://ajuntament.barcelona.cat/lavirreina/es/exposiciones/ca-ete-contra-barthes/542 (ultimo accesso 30/04/2023).

L'Arca degli Esposti, Attività, Inventarium, in

https://larcadegliesposti.com/attivita/inventarium/ (ultimo accesso 30/04/2023).

Lombardo, A.P., "Sul Codex Seraphinianus di Luigi Serafini. Che ora diventa un film", in *Art Tribune*, 12 ottobre 2014, in

https://www.artribune.com/attualita/2014/10/sul-codex-seraphinianus-di-luigi-serafini-che-ora-diventa-un-film/ (ultimo accesso 30/04/2023).

Perra, D., "Damien Hirst a Venezia. Top e flop", in *Art Tribune*, 15 aprile 2017, in

https://www.artribune.com/arti-visive/arte-contemporanea/2017/04/mostra-damien-hirst-palazzo-grassi-punta-della-dogana-venezia/ (ultimo accesso 30/04/2023).

II. Medialità digitali

Ambienti virtuali e storytelling non lineare nei videogiochi

Arianna D'Ulizia e Marco Pirrone *

Introduzione

Fin da quando i videogiochi sono divenuti oggetto di studio, numerosi dibattiti si sono concentrati soprattutto sul contenuto dei giochi stessi; in tale contesto, uno dei temi più discussi riguarda l'aspetto narrativo.

Il noto studioso Espen (2003) si è già chiesto se i videogiochi si possano considerare storie.

La risposta a una domanda del genere è, naturalmente, no. Ma neanche i libri e i film sono storie; semplicemente le contengono. La domanda posta da Espen, dunque, non ha potuto produrre una risposta affermativa valida per ogni mezzo. A tal proposito, una domanda potenzialmente più efficace sarebbe: "i videogiochi possono contenere storie?".

La vera domanda, quindi, è duplice:

a) La narrazione all'interno dei videogiochi può assumere tratti specifici, oppure questa riguarda semplicemente la trasposizione di narrazioni lineari tradizionali all'interno di un ambiente virtuale non lineare?

b) I videogiochi dovrebbero anche avere un aspetto narrativo, dal momento che si tratta di giochi?

Di queste due domande, quest'ultima sembra aver quasi esaurito la sua utilità. È ormai chiaro che i videogiochi non hanno una forma unica e, anzi, è difficile decidere se essi costituiscono anche un unico mezzo, anche se è più conveniente tenerli raggruppati come un unico

---

* Questo contributo è stato concepito dai due autori assieme. Tuttavia, è da attribuire ad Arianna D'Ulizia la stesura dei paragrafi 3 e 4; a Marco Pirrone la stesura dei paragrafi 1, 2, 5 e 6 e dei sottoparagrafi 4.1, 4.2, 4.3.

campo di studio accademico, piuttosto che separarli in campi diversi. Pertanto, la narrativa appare semplicemente appropriata per alcuni videogiochi e inappropriata per gli altri. Dunque, non tutti i criteri che possono essere utilizzati per studiare i giochi si applicheranno in tutti i casi.

In questo lavoro verranno presentate le tipologie principali di narrativa non lineare, e verrà indagato il modo in cui queste vengono applicate al videogioco.

Sulla base di ciò, infine, verranno identificate le nuove frontiere in merito a quella che viene definita narrazione interattiva, e le sfide principali da affrontare in questo ambito per ottenere una migliore qualità generale del software ludico.

Stato dell'arte

Il concetto di narrazione lineare, con le sue tradizioni e applicazioni, è ormai ben consolidato. La maggior parte segue quella che viene chiamata "struttura in tre atti" o "approccio aristotelico", in cui le fasi della narrazione di una storia possono facilmente essere identificate e scomposte. In altre parole, inizialmente viene esposto un problema; esso genera una serie di eventi che raggiungono il loro culmine nella parte centrale della storia, dopodiché quel problema viene in qualche modo risolto. Questa struttura funziona particolarmente bene nei videogiochi, dal momento che fornisce al giocatore un obiettivo o una serie di obiettivi da portare a termine per risolvere un problema.

Le narrazioni non lineari – specie in questo contesto - estendono i vantaggi di quelle lineari. Al giocatore vengono date più opzioni tra le quali scegliere. Storicamente, queste opzioni sono spesso state presentate come scelte predeterminate, come ad esempio la scelta di recarsi in un posto o in un altro. Tuttavia, la narrativa non lineare rappresenta molto più che offrire delle semplici scelte. Essa include anche videogiochi che generano dinamicamente elementi legati alla trama e alterano potenziali finali in base non solo alle scelte che un giocatore fa, ma anche ad altri fattori come le prestazioni, i tempi o altre circostanze legate alla narrazione. La chiave della narrativa non lineare è, dunque, la variabilità. L'esperienza del giocatore è arricchita dalla varietà e dal senso di efficacia. Ciò che fa il giocatore ha

conseguenze reali sul mondo in cui egli interagisce; in altre parole, gli viene quantomeno fornita l'impressione di influenzare gli eventi.

Le narrazioni non lineari applicate ai videogiochi possono offrire finali multipli o impattare pesantemente sull'evoluzione dei personaggi e degli eventi. Nel momento in cui viene data a un giocatore la capacità di influenzare la narrazione, gli si dà automaticamente l'opportunità di identificarsi con il proprio personaggio, generando più di un semplice investimento emotivo. Sebbene anche nel caso delle narrazioni non lineari il contenuto sia di fatto predefinito, l'utente può dare un proprio ordine agli eventi.

E, nonostante ciascun utente riceva la stessa introduzione alla narrazione e, nella maggior parte dei casi, la stessa sequenza conclusiva degli eventi, è comunque in grado di personalizzare la propria esperienza di gioco attraverso la creazione di un proprio percorso.

In questo contesto ogni segmento della storia dovrà essere autonomo senza alcuna dipendenza da esperienze o scenari precedenti; collettivamente, gli elementi funzionano come un puzzle per presentare il quadro completo. Avventure puzzle come *Myst* dimostrano questo approccio offrendo un'esperienza di *free roaming* attraverso sfide correlate.

In questo caso, al modello di libera esplorazione degli scenari tipico dei videogiochi in *free roaming*, vengono aggiunti degli enigmi da risolvere; tali enigmi rappresentano delle sfide che possono essere portate a termine in maniera differente e che assumono rilevanza nella comprensione o sviluppo della storia. È possibile, ad esempio, utilizzare o combinare alcuni oggetti, oppure sfruttare alcune caratteristiche dell'ambiente di gioco.

Soltanto alla fine, quando tutti i pezzi sono stati esplorati, la trama è pienamente compresa e la conclusione assume un senso.

La narrazione digitale interattiva non lineare

Nell'ambito della narrazione non lineare, intorno alla fine del nuovo millennio si è sviluppato un nuovo filone di interesse multidisciplinare noto con il nome di narrazione digitale interattiva. Favorita dal crescente utilizzo della tecnologia nel settore audiovisivo, la narrazione digitale interattiva è stata definita da Miller (2004) come

l'uso di piattaforme multimediali digitali in cui l'interattività per scopi narrativi, sia di fantasia che di saggistica, consente all'utente di influenzare il flusso e talvolta anche il contenuto della storia.

In un suo saggio breve, Spierling (2005) analizza i fattori principali che hanno influenzato la nascita e la successiva espansione della narrazione digitale interattiva: il primo è legato a un tentativo degli addetti del settore audiovisivo di automatizzare i movimenti dei personaggi virtuali definendo le loro abilità basate su regole di comportamento "intelligente"; il secondo è legato a un tentativo degli addetti del settore dell'interazione umano-computer (HCI) di utilizzare la narrazione per rendere le applicazioni informatiche più comprensibili e più avvincenti (Laurel 1993); il terzo fattore è legato al settore della progettazione dei videogiochi che ha iniziato a considerare i videogiochi per computer come artefatti interattivi (Crawford 1993); infine, il settore dell'intelligenza artificiale ha iniziato a interessarsi alla narrazione automatizzata in reazione all'input dell'utente, alla costruzione di motori di storie, e alla pianificazione di azioni di personaggi autonomi su un palcoscenico virtuale. È chiaro, quindi, che la narrazione digitale interattiva nasce dalla combinazione di svariati punti di vista ed esigenze provenienti da discipline differenti, principalmente le arti audiovisive, l'informatica, l'interazione umano-computer, e le scienze della comunicazione.

Focalizzando la nostra attenzione sul settore della progettazione dei videogiochi, va notato che negli ultimi anni i giochi basati sulla narrazione digitale interattiva sono diventati sempre più popolari in quanto forniscono al giocatore un'esperienza motivante e coinvolgente. Tuttavia, alcuni game designer considerano una vera "storia interattiva" come un obiettivo non ancora pienamente raggiunto, dal momento che spesso non si riesce a dare al giocatore la sensazione di avere effettivamente un ruolo da protagonista attivo all'interno di un percorso narrativo personalizzato.

Come sono state raccontate le "storie interattive" in passato e come se ne possono creare di migliori in futuro? È in gran parte un problema irrisolto, ma possiamo almeno analizzarne i principali aspetti noti provando a dare un contributo utile alla definizione di nuovi spunti e metodi. Ciò rappresenta l'obiettivo della prossima sezione.

Tipologie di narrazione non lineare

La letteratura ci offre diverse classificazioni della narrazione non lineare nei videogiochi. Hargood *et al*. (2008), per esempio, classificano le tipologie di narrazione non lineare nei videogiochi in due principali categorie: narrazioni ramificate e narrazioni emergenti. Mentre Majestic (2003) le classifica in base al modo in cui l'interazione modella lo svolgersi della narrazione in quattro categorie: "String of Pearls", "Branching Narrative", "Amusement Park" e "Building Blocks".

In questo lavoro abbiamo fatto riferimento alle seguenti tecniche di narrazione delle storie nel videogioco: *narrazione ramificata*, *narrazione parallela* e *narrazione dinamica* (Prosser 2014), in base alla loro struttura complessiva che è determinata da vari fattori (quali, ad esempio, il tipo di scelte disponibili per il giocatore; quanto siano aperte o vincolate tali scelte; l'effetto che tali scelte hanno sia sulla storia in corso che sul finale).Inoltre, ciascuna struttura si caratterizza per i propri vantaggi e svantaggi, che verranno descritti nelle sezioni successive.

Narrazione ramificata (branching narrative)

Un metodo efficace per migliorare la connessione tra il gioco e la narrazione è stato quello di dare al giocatore voce in capitolo su come la narrazione si svilupperà. Questo è ciò che accade nel modello narrativo ramificato, dove la storia, piuttosto che rimanere lineare, è progettata per diramarsi in direzioni diverse (Fig. 1).

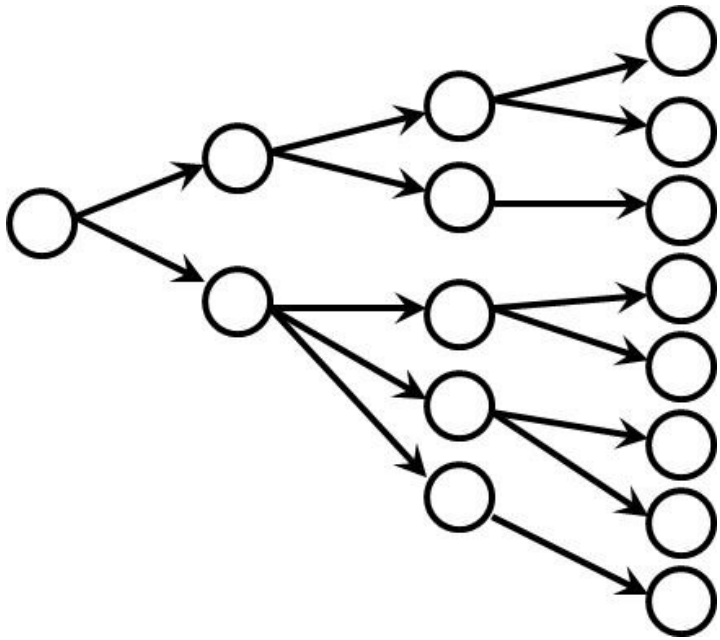


Fig. 1 - Narrazione ramificata

Tale ramificazione può essere ottenuta in molti modi, sia attraverso il gameplay sia attraverso le sequenze di filmati. Per molti aspetti, le narrazioni ramificate rappresentano l'estremità opposta dello spettro alle narrazioni lineari tradizionali. In particolare, le narrazioni ramificate sono il tentativo più comune di un dramma interattivo in cui il comportamento del giocatore influenza materialmente la conclusione. Invece di una singola trama continua, le narrazioni ramificate offrono all'utente scelte consequenziali. Ogni decisione offre un percorso unico in una gamma di eventi diversificata. Sebbene tali eventi siano limitati, le narrazioni ramificate donano all'utente il controllo sul corso dell'azione. In altre parole, questa tipologia di narrazione consente all'utente di determinare la direzione di un percorso, e quindi la sua destinazione. Gli sviluppatori del videogioco determinano tutte le opzioni disponibili, ma l'utente decide il percorso attraverso di esse.

Inoltre, ogni decisione ha una serie unica di conseguenze. Ciò riflette alcuni aspetti della vita reale, in cui ogni scelta provoca una moltitudine di conseguenze in cui le opzioni future sono il risultato diretto del comportamento di un individuo. L'opportunità di scegliere un percorso offre all'utente una sensazione di controllo reale, dal momento che ciascuna opzione genera almeno due risultati.

In definitiva, le differenze chiave tra la narrativa ramificata videogioco e il caos della vita reale sono la ricchezza, la flessibilità e la predeterminazione. Nella vita non ci sono certezze sull'esito o il controllo totale sui parametri: è intrinsecamente imprevedibile. Se da un lato gli stessi concetti di narrazione e di pensiero narrativo rappresentano strumenti cognitivi in grado di strutturare un'esperienza in modo naturale e mutevole, dall'altro lato i giochi sono, al momento attuale, costrutti interamente umani caratterizzati da poca o nessuna intelligenza artificiale. Nonostante gli attuali tentativi di implementare scenari imprevedibili all'interno di un videogioco, ogni decisione e risultato è, se non totalmente predefinito, conseguenza di modelli e regole predeterminate. I vincoli della produzione fanno sì che la narrazione non possa essere del tutto libera. Invece, i produttori riportano regolarmente la narrazione su nodi condivisi. Questi nodi appaiono come la conseguenza di decisioni possibilmente non correlate e forniscono di fatto un mezzo per limitare i risultati.

Narrazione parallela (parallel narrative)

Una ulteriore tecnica di narrazione non lineare è quella parallela, la quale si contraddistingue perché fa riferimento a sequenze parallele di eventi, diverse in base alle scelte fatte, che accompagnano l'utente durante l'esperienza di gioco (Fig. 2).

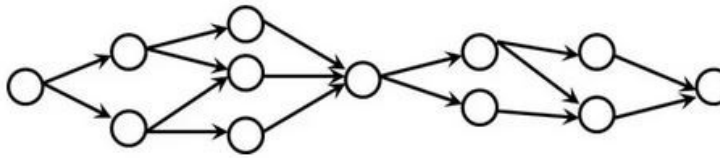


Fig. 2 - Narrazione parallela

I percorsi paralleli superano alcune delle sfide di produzione di una narrativa rigidamente ramificata, riducendo il numero totale di sequenze narrative. Da un lato, ciò limita le opzioni caratteristiche del modello narrativo ramificato vincolato, ma consente comunque un livello di scelta soddisfacente per l'utente.

I percorsi paralleli offrono al giocatore due percorsi distinti che conducono a "intersezioni" in cui i binari narrativi si combinano. Ciò consente all'utente di sperimentare le conseguenze delle proprie scelte, ma lo riporta a punti predeterminati in cui la storia può avanzare in una maniera ben definita. Saltando da un nodo all'altro in questo modo, l'utente assume un alto livello di controllo anche se la sua esperienza viene condivisa per intero con quella di molti altri giocatori. Ad esempio, videogiochi come *Syberia* consentono di scegliere di volta in volta due opzioni o approcci. Ogni opzione ha una serie unica di sfide e conseguenze, ma i percorsi tornano insieme nei punti chiave del gioco, consentendo all'utente di proseguire da lì, oppure di sperimentare le conseguenze della scelta alternativa.

Un ulteriore vantaggio proprio del modello di narrazione parallela è che diviene possibile, come illustrato da molti prodotti, offrire all'utente la scelta tra percorsi che faranno evolvere il carattere dei personaggi attraverso scelte morali. Ciò offre l'opportunità di presentare prospettive alternative, in grado di influenzare profondamente le sensazioni del videogiocatore. A questo proposito, il concetto di rigiocabilità assume una particolare rilevanza, dal momento che la comprensione dell'ambiente nel suo insieme da parte dell'utente risulterà migliorata in seguito alla sperimentazione degli approcci alternativi.

Narrazione dinamica (Dynamic or open world narrative)

Un terzo approccio alla narrazione non lineare nel videogioco è quello della narrazione dinamica. I modelli narrativi fin qui descritti possiedono tutti un elemento comune: un finale predeterminato. In questi casi, gli sviluppatori hanno, più o meno, deciso quando e come la storia finisce. Le narrazioni dinamiche offrono invece agli utenti una narrazione orientata agli oggetti; il possesso o meno di un oggetto, infatti, diviene un elemento chiave per passare da un nodo narrativo a un altro, guidando il giocatore lungo le diverse fasi della storia, lasciandolo comunque libero di esplorare gli scenari virtuali. Di conseguenza, l'esperienza di gioco (gameplay) si estende per tutto il tempo che il giocatore desidera o gli elementi narrativi lo consentono (Fig. 3).

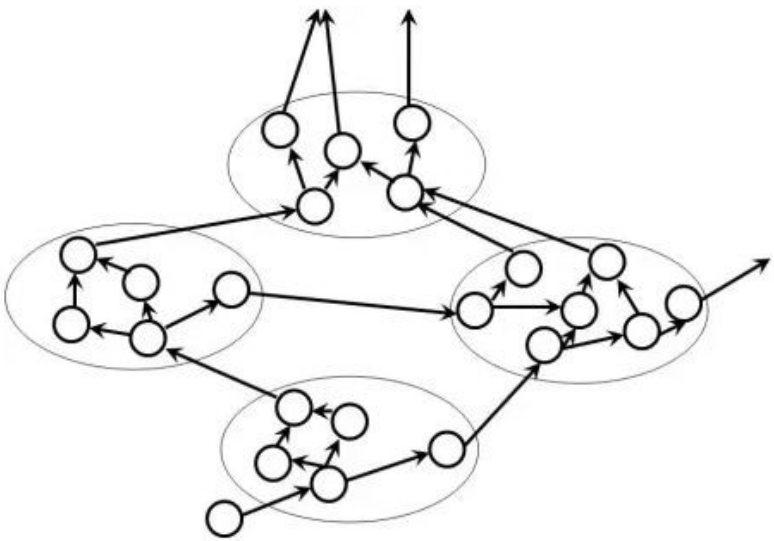


Fig. 3 - Narrazione dinamica

Queste esperienze dinamiche possono contenere trame relativamente complesse (sotto forma di eventi implicitamente collegati), ma hanno connessioni multiple ad altri nodi di eventi incorporati in essi. Ciò consente all'utente di costruire una narrazione a piacimento e in cui la relazione tra i personaggi o la rivelazione della trama si svolgono in modo imprevedibile. Questo modello offre potenzialmente un alto grado di personalizzazione di eventi e personaggi, dal momento che apre le porte a numerosi elementi opzionali. Naturalmente, tutto ciò tenderà a mettere in risalto le doti creative del giocatore. Di conseguenza, l'esperienza di gioco è potenzialmente senza fine. In giochi come *The Sims*, senza obiettivi dichiarati o un numero finito di eventi preparati, può esserci una narrativa implicita o emergente mentre le storie si evolvono a partire da un ambiente di gioco dinamico. Queste esperienze "aperte" sviluppano una storia continua attraverso il comportamento e le interazioni di personaggi e contesti all'interno dell'ambiente. Gli eventi che si svolgono sono interamente determinati dalle azioni dell'utente e dalle regole del mondo di gioco, e tutto ciò accade secondo algoritmi fissi, ma condizionati da azioni imprevedibili. Sebbene le simulazioni e i mondi di gioco non contengano eventi narrativi precalcolati, una struttura narrativa viene comunque creata. Lisbeth Klastrup (2003), li descrive come *eventi narrabili... che retrospettivamente restituiscono trame di buon livello*. All'interno di queste "storie infinite" l'utente può giocare senza che gli venga posto alcun limite, anche se la mancata imposizione di obiettivi opportunamente strutturati in alcuni casi non permette all'esperienza dell'utente di raggiunge una conclusione narrativa soddisfacente. Per questo motivo, la narrazione dinamica si adatta meglio ad alcune tipologie di videogioco, come quelli gestionali o a "mondo aperto" (open world).

Il videogioco come medium di riferimento della narrazione non lineare

Dal momento che l'aspetto narrativo appare strettamente legato all'esperienza di gioco (Howells 2002), il videogioco si presenta come il medium di riferimento ideale per la narrazione non lineare.

Facendo riferimento ad altre forme mediali, il riarrangiamento casuale degli elementi è alla base di film come *Memento* e *Pulp fiction*,

oppure di romanzi come *Gita al faro*, di Virginia Woolf. Tuttavia, nei media tradizionali è l'autore che determina la sequenza. In questi casi, ciascuna sequenza narrativa viene dotata di indizi sufficienti per incuriosire e stuzzicare contemporaneamente lo spettatore, e queste delicate interdipendenze aiutano a rafforzare l'esperienza.

All'interno dei videogiochi e degli ambienti virtuali che ne costituiscono l'essenza sarà invece l'utente a prendere le redini della narrazione, rendendo l'intero processo più complesso e sfaccettato rispetto ad altre forme mediali.

Inoltre, dal momento che nel videogioco ogni sequenza dovrà essere sviluppata e codificata, ciascuna delle tecniche di narrazione non lineare descritte in precedenza, sarà soggetta a diverse variabili, tra le quali il costo del progetto, il genere videoludico ecc…

La seguente tabella riassume le caratteristiche di ciascuna tecnica narrativa in relazione a specifiche variabili che ne definiscono e sottintendono i livelli di efficacia e gli aspetti critici.

Tecnica di narrazione	**Modello narrativo**	**Obiettivi di gioco**	**Progressione degli eventi**	**Finale della storia**	**Impiego di risorse umane ed economiche***	**Personalizzazione dell'esperienza di gioco***
Narrazione ramificata	Vincolato	Vincolati in base al percorso scelto	Basata su sentieri narrativi (narrative paths)	Finali multipli predeterminati	+++	+++
Narrazione parallela	Vincolato	Vincolati	Basata su punti di decisione (decision points) predeterminati	Predeterminato	++	++
Narrazione dinamica	Non vincolato	Casuali o non definiti	Libera	Aperto/non definito	++++	++++

* I simboli riportati sono stati concepiti per esemplificare una comparazione generica relativa alle differenti tipologie di tecniche narrative.

In aggiunta agli elementi propri delle specifiche tecniche narrative discusse sopra, la narrazione digitale interattiva non lineare presenta ulteriori caratteristiche proprie della narrazione digitale. Essa consente un ampliamento dell'universo della storia attraverso l'utilizzo di un numero di media diversi, tutti interconnessi per servire la storia principale. Inoltre, consente di realizzare esperienze profondamente immersive attraverso l'utilizzo di tecniche intelligenti di realtà aumentata. Di conseguenza, si aprono per i game designer nuove sfide legate alla combinazione di tecniche di narrazione non lineare e le risorse multimediali più innovative per raccontare la storia.

Conclusioni

I *game studies* hanno evidenziato come la componente narrativa di un videogioco abbia assunto nel tempo un livello di rilevanza molto elevato. Sebbene la peculiarità principale che definisce il videogioco rimanga la componente interattiva (*gameplay*), questo medium si rivela il modello di riferimento ideale per la narrazione non lineare. Prese in considerazione le tecniche di narrazione non lineare più comuni, si nota come esse donino un valore aggiunto all'esperienza di gioco sperimentata dall'utente, aumentando di riflesso la sua personale percezione di controllo sugli eventi. Al variare della tecnica narrativa impiegata, cambiano anche i gradi di personalizzazione del personaggio e di unicità dell'esperienza, nonché l'impiego di risorse umane ed economiche. In particolare, il connubio tra interattività e narrazione non lineare si rivela efficace, andando a definire il concetto di narrazione interattiva digitale (*interactive digital storytelling*).

Le tecniche di narrazione non lineare così concepite all'interno del videogioco tendono a raggiungere livelli di intrattenimento particolarmente elevati, riuscendo a coinvolgere il fruitore più di quanto avviene in altre forme mediali.

Bibliografia

Crawford, C., "Fundamentals of Interactivity", in *The Journal of Computer Game Design*, vol. 7 (1993).

Espen J., A., "From games to game studies: how to build your own department", in *The From Space War!*, Ivory Towerconference (2003).

Hargood, C., Millard, D., Weal, M., "A Thematic Approach to Emerging Narrative Structure", in *Web Science Workshop at Hypertext '08*, Pittsburg, 2008.

Howells, S.A., "Watching a Game, Playing a Movie: When Media Collide", in King, G., Krzywinska, T., (eds.), *ScreenPlay: Cinema/Videogames/Interfaces*, London, Wallflower Press, 2002, pp. 110-122.

King, G., Krzywinska, T., (eds.), *Screenplay: cinema/videogames/interfaces*, London, Wallflower Press, 2002.

Miller, C., *Digital Storytelling: A Creator's Guide to Interactive Entertainment*, Waltham, Focal Press, 2004.

Prosser, A., "Getting off the straight and narrow: Exploiting non-linear, interactive narrative structure in digital stories for language teaching", in Jager, S., Bradley, L., Mema, E.J., & Thouèsny, S., (a cura di), *CALL design: Principles and Practice: Proceedings of the 2014 EUROCALL conference, Groningen, The Netherlands*, Dublin, Research-publishing.net, 2014, pp. 318-323.

Spierling, U., "Interactive digital storytelling: towards a hybrid conceptual approach", articolo presentato alla *Digital Games Research Conference 2005, Changing Views: Worlds in Play*, British Columbia, Vancouver, 2005.

Sitografia

Klastrup, L., *A poetics of virtual worlds*, MelbourneDAC, Melbourne, 2003, in

http://hyprtext.rmit.edu.au/dac/papers/Klastrup.pdf (ultimo accesso 15/07/2022).

Majewski, J., *Theorising Video Game Narrative*, Bond University, Gold Coast, 2003, in

http://ww.umk.pl/~majewski/jakub/mt_cont.html (ultimo accesso 15/07/2022).

La licenza d'uso delle immagini è concessa da Ian Schreiber (https://gamedesignconcepts.wordpress.com/)

Digital methods e data-driven storytelling per il design di narrative civiche conversazionali

Sara Monaci e Domenico Morreale *

Pandemia e nuove complessità per lo storytelling

La pandemia ha accelerato la pervasività dei social quali ambienti ideali per ovviare all'esigenza di relazioni in tempi di distanziamento forzato: come osserva Deborah Lupton, in *fase COVID-19* i media digitali hanno giocato un ruolo molto importante rispetto agli anni '90 e all'emergenza HIV/AIDS; hanno tuttavia facilitato l'enorme diffusione di notizie false spesso caratterizzate da narrative di tipo cospirazionista (Lupton 2020). È possibile affermare che una delle dimensioni salienti della recente pandemia sia stato l'aumento e le ricadute sociali della disinformazione (Mian, Khan 2020). L'Organizzazione Mondiale della Sanità ha definito la recente crisi non solo una pandemia ma appunto un'infodemia (WHO 2020): una pandemia di informazioni false o senza alcuna evidenza scientifica quali ad esempio i presunti legami fra il COVID-19 e le tecnologie del 5G, oppure gli effetti di pseudo-cure pubblicizzati da figure prominenti della vita pubblica: è il caso dei supposti benefici della clorochina e dell'idrossiclorochina menzionati fra gli altri da Elon Musk e da Donald Trump (Liu *et al*. 2020; Limaye *et al*. 2020). L'emergenza sanitaria ha inoltre rivelato una crescente divaricazione fra *legacy media* e ambienti online: i primi caratterizzati dalle *narrative dell'emergenza* – es. la "pandemia come guerra da combattere" – e dalla marginalizzazione del dissenso – es. le voci contrarie immediatamente stigmatizzate come *no-vax* – (Boccia Artieri, Farci 2021); mentre gli ambienti online sempre più caratterizzati dalle derive legate alla misinformation e alle fake news (Cinelli *et al*. 2020).

* Questo contributo è stato concepito dai due autori assieme. Tuttavia, è da attribuire a Sara Monaci la stesura dei paragrafi 1 e 3; a Domenico Morreale la stesura dei paragrafi 2 e 4.

Molta letteratura si è occupata del fenomeno della disintermediazione operata dai social media a scapito dei media mainstream. Il dibattito accademico si è infatti volto ora a denunciare il "vuoto" di credibilità e reputazione lasciato dai giornalisti professionisti a scapito dei *citizen journalist* ovvero di individui che, grazie agli ambienti social, diventano testimoni di eventi e portatori di notizie prima e meglio dei quotidiani tradizionali, o anche lo spazio lasciato dalle organizzazioni partitiche che tradizionalmente coordinavano le manifestazioni civiche ora invece spontaneamente gestite e orientate da privati cittadini, gruppi e associazioni che si fanno portavoce di istanze sociali e politiche. [1]

Tale disintermediazione, se da un lato crea un problema di legittimità delle fonti e di reputazione – che spesso viene sostituita dalla *popolarità* quale valore assoluto nell'ecosistema dei social – dall'altro lato lascia spazio alla molteplicità delle voci, alla pluralità dei punti di vista e anche alla sperimentazione di nuove forme e strategie di partecipazione civica più coinvolgenti. Si tratta quindi sempre della contraddittorietà insita dei social media come strumenti di emancipazione e pluralismo ovvero come armi per aggredire gli altri o per alimentare mentalità cospirazioniste.

È l'ambiguità e la complessità della sfera pubblica online a essere la vera sfida del nuovo millennio e non la diffusione delle fake news.

Pensare di "spiegare" tale complessità – che può essere anche un'opportunità di crescita e di arricchimento della vita civica – individuando ciò che fa la notizia da ciò che invece si riferisce alla mis-information o alla post-verità, è semplicemente semplicistico.

Data la complessità della sfera pubblica online, emerge tuttavia la necessità di una riflessione più ampia sulle metodologie adeguate non solo a rispondere al dilagare dell'infodemia, ma a comprende-

[1] Si vedano al riguardo: L. Iturregui-Mardaras, J. J. Gutiérrez-Cuesta, M. J. Cantalapiedra-González, «Journalists and Public Relations professionals: from influence and dependence to journalistic disintermediation», *El profesional de la información* (EPI), 29(3), 2020; J. M. Robles-Morales, A. M. Córdoba-Hernández, «The Disintermediation of the Space: The Case of #BringBackOurGirls», *Digital Political Participation, Social Networks and Big Data*, Palgrave Macmillan, Cham, 2019, pp. 101-113; P. Fabiano, S. Gorgoni, *Disintermediazione e nuovi media: Come cambia la comunicazione*, Armando Editore, 2017; F. Colombo, *Il potere socievole: storia e critica dei social media*, Milano, Bruno Mondadori, 2013.

re in modo più approfondito i fenomeni comunicativi, le interazioni online fra gli individui e fra i soggetti e le organizzazioni, e come i media social intervengano in queste interazioni attraverso le loro caratteristiche abilitanti. Occorre in altri termini pensare a un approccio complessivo all'analisi dei social e all'elaborazione di *risposte* – campagne di sensibilizzazione, iniziative di partecipazione civica online, iniziative di fact-checking etc. – in grado di tenere insieme i metodi digitali dell'analisi con le metodologie di design che si fondano sulla partecipazione e sul coinvolgimento – anche emotivo ed empatico – dei soggetti online.

In considerazione di ciò il saggio si sviluppa a partire dalle seguenti domande di ricerca:

- come integrare media diversi attraverso strategie di comunicazione organiche?
- come realizzare strategie di comunicazione risonanti rispetto al "sentiment" dei social?

Lo stato dell'arte sulle metodologie di design

La riflessione che proponiamo e il modello che ne deriva nascono nel contesto del *digital* e *transmedia storytelling design* per le campagne sociali, ambito in cui la progettazione di una comunicazione dialogica e conversazionale non può prescindere dalla risonanza del processo creativo rispetto alle narrative esistenti e in particolare le narrative civiche.

Nella letteratura accademica e scientifica di settore non si rilevano proposte metodologiche che offrono ai progettisti strumenti per gestire il passaggio cruciale dall'analisi dei dati quantitativi relativi a pubblici e conversazioni online al design di narrazioni capaci di adattarsi alla logica di flusso dell'ecosistema mediale convergente.

Nella letteratura inerente il *transmedia design*, prevale un approccio progettuale basato su framework metodologici in cui la costruzione dello storytelling, l'architettura della comunicazione e l'*interaction design* sono supportati da linee guida capaci di orientare le scelte dell'autore sulla base di modelli narrativi e mediali. Si tratta di modelli che consentono al progettista di orientare la propria creatività, ma è su quest'ultima che si suppone si basi l'efficacia dello storytel-

ling, anche quando la narrazione si innesta in un tessuto di conversazioni preesistenti (si pensi in particolare al dominio dello storytelling politico, sociale e di brand).

Nell'approccio che proponiamo, lo storytelling data-driven rappresenta un framework integratore delle diverse fasi che compongono il flusso di progettazione transmediale, nell'ipotesi che una metodologia capace di alternare cicli iterativi e sostenibili di analisi dei dati e design dello storytelling possa supportare lo sviluppo di campagne di comunicazione sociale risonanti rispetto alle conversazioni civiche online pertinenti rispetto ai temi di interesse.

Attraverso il social listening, la proposta mira infatti a identificare le componenti utili a elaborare i contesti narrativi, usando modelli di "worldbuilding di storytelling".

La prima fase della ricerca condotta si è basata sull'analisi della letteratura con particolare attenzione agli approcci orientati a coniugare analisi dei dati e design della comunicazione.

La comunicazione persuasiva costituisce un'area di indagine particolarmente interessante per lo studio dei progetti di costruzione iterativa dello storytelling. Il processo di elaborazione di messaggi e contenuti mediali finalizzati a produrre un cambiamento delle opinioni o dei comportamenti dei destinatari non può infatti prescindere da strumenti di retroazione che consentano di verificare e potenziare l'efficacia della comunicazione stessa, anche e soprattutto durante il suo svolgimento.

Il branding è uno degli ambiti di progettazione in cui le componenti conversazionali e di flusso sono tradizionalmente riconosciute, in letteratura, come centrali per la creazione di un contesto narrativo condiviso tra produttori e consumatori di messaggi.

Nell'ambito del *transmedia branding* (Tenderich 2013; Bertetti, Segreto 2020) i social consentono di tenere connessi gli ambiti della produzione e del consumo attraverso *touchpoint*, favorendo la co-creazione di narrazioni. Gli stessi brand diventano spazi conversazionali in cui le narrazioni sono co-create da autori e consumatori, fino alla creazione di *brand communities*.

Ma a monte quali sono i requisiti per la creazione del contesto narrativo in cui i consumatori si possano riconoscere e possano sentirsi coinvolti e interessati ad avviare un processo di co-creazione?

Una possibile risposta a questa domanda è fornita dagli studi netnografici (Kozinets 2019), orientati ad analizzare le pratiche delle comunità di interesse attraverso un approccio antropologico, capace sicuramente di offrire dati qualitativi sul rapporto tra temi rilevanti e comunità online. Ma se la campagna di comunicazione che si vuole avviare si rivolge al pubblico più ampio, un simile approccio è meno efficace nell'identificare su ampia scala le tracce delle conversazioni civiche sui temi di nostro interesse. Inoltre, aspetto critico del dialogo brand-oriented tramite touchpoint, è legato alla necessità di avere a disposizione un flusso comunicativo già avviato.

Le *Networked brand narratives* proposte da Boccia Artieri e Zurovac, identificano dispositivi dati dalla costruzione coerente di uno storytelling che, a partire da un insight, riesce a identificare e consultare quelli che sono i bisogni sociali e i valori, attivando le culture partecipative e dando vita a possibilità narrative (Boccia Artieri, Zurovac 2020).

L'identificazione e la consultazione dei bisogni sociali delle comunità avviene, nella proposta degli autori, attraverso un'analisi basata sull'osservazione, la ricerca e la raccolta delle tracce lasciate dai raggruppamenti di utenti in diversi ambienti. Queste tracce potranno essere utilizzate nella costruzione della narrazione.

La sfida di portare l'approccio delle networked brand narratives in un contesto più ampio, non legato all'esperienza di communities precostituite, ma caratterizzato da flussi conversazionali basati su temi rilevanti, guida il nostro tentativo di traduzione delle metriche critiche in componenti di design dell'esperienza transmediale.

Nel marketing transmediale la strategia del worldbuilding è ampiamente affrontata dall'approccio dello *Storyscaping* di Legorburu e McColl (2014) in relazione al viaggio del consumatore (*consumer journey*). La costruzione dell'esperienza di consumo si fonda, secondo gli autori, sullo studio delle pratiche dei consumatori effettuato attraverso metodi etnografici, grazie ai quali si può delineare una mappa del coinvolgimento (cognitivo, valoriale, fisico…) dei consumatori in una molteplicità di esperienze *analoghe* a quella che dovrà essere progettata. In tal senso i risultati delle analisi qualitative di carattere etnografico consentono di elaborare scenari utili alla progettazione di servizi il cui design è coerente con lo *storyscape* (il viaggio narrativo che i consumatori esperiscono rispetto al bene/

servizio stesso). Nel modello presentato, tuttavia, ci si trova di fronte alla difficoltà di elaborare cicli serrati di analisi e design della comunicazione (così da rendere quest'ultima risonante rispetto alle conversazioni in corso, al flusso).

Un'ulteriore dimensione del coinvolgimento dei destinatari nella produzione del progetto di comunicazione è legata alle pratiche di co-creazione delle narrative (Jenkins 2007; Monaci 2016).

Le pratiche di *Crowd intelligence* (Ciancia 2016) rendono lo storytelling strumento primario del coinvolgimento del pubblico, al quale viene ceduta parte dell'autorialità della storia, attraverso chiamate all'azione che si possono basare su contest, crowdsourcing, narrazioni collaborative e pratiche riconducibili all'universo fandom. L'inclusione del pubblico nel processo di creazione delle storie è una componente ricorrente nel transmedia storytelling e offre ai designer la possibilità di spettacolarizzare il contributo del pubblico collaborativo, dando la percezione ai fruitori che il contesto narrativo sia in effetti fluido e processuale, aperto alla loro creatività. Come evidenziato da molte delle analisi presenti in letteratura sulla progettazione di narrazioni collaborative e partecipative (Phillips 2012; Bernardo 2018; Milanesi, Morreale 2021), la gestione dei momenti di conversazione con i pubblici e l'inclusione del loro contributo costituiscono una componente onerosa in termini di tempo e risorse impiegate dalla produzione, una componente adatta a pochi momenti progettuali selezionati con l'obiettivo di essere documentati e spettacolarizzati attraverso la distribuzione di video e contenuti che ne enfatizzino la portata di innovazione. Si tratta dunque di azioni più rilevanti per la loro componente di diffondibilità online e per le loro ricadute in termini di immagine e comunicazione del progetto, che in termini di efficienza per l'"ascolto" del pubblico.

Nella progettazione di campagne su social media, in cui il dialogo e la conversazione sono elementi strutturali, il monitoraggio delle attività dei pubblici è fondamentale per definire e orientare la strategia di comunicazione. Nell'ambito delle metodologie di *social media monitoring*, sono identificabili diverse strategie che rispondono a esigenze progettuali distinte (Monotti Graziadei 2015). Ci sono metodi orientati all'analisi delle performance (come la *sentiment analysis* e i *social analytics*) che sono utili a misurare la prestazione di una campagna esistente, oppure ad analizzare la percezione di un tema o di

un brand (quantificando, ad esempio, le opinioni positive rispetto a quelle negative).

I *social analytics* possono basarsi sulla misurazione delle performance dei profili su social network e sull'analisi quantitativa delle interazioni.

Altri metodi, come la *Social network analysis* (SNA), sono orientati all'interpretazione di un fenomeno attraverso lo studio delle reti relazionali tra entità distinte (persone, gruppi, organizzazioni…).

Vi sono poi metodi orientati all'analisi e alla visualizzazione della rilevanza delle fonti e dei temi (*social listening*). Con questi metodi si passa dall'analisi delle *vanity metrics*, centrate sul soggetto, sul profilo e mediacentriche (Rogers 2018), all'analisi delle metriche critiche (centrate sul tema, sulle conversazioni).

Il passaggio dall'analisi delle *vanity metrics* alle metriche critiche è alla base della proposta di analisi e design descritta. L'approccio proposto dalla nostra ricerca è infatti orientato ai temi, attorno ai quali si strutturano le analisi delle voci dominanti e delle fonti. Il social listening è qui inteso come attività propedeutica alla predisposizione di contesti narrativi e storytelling fluidi e reattivi rispetto alle conversazioni civiche. Si delinea così un flusso di lavoro che parte dall'analisi quantitativa – supportata computazionalmente – delle metriche critiche, e procede con l'approfondimento della conoscenza di temi e voci rilevanti attraverso un approccio qualitativo, fino alla mappatura dei dati raccolti all'interno di modelli narrativi utili alla progettazione del piano editoriale della campagna transmediale. Un flusso di lavoro che vuole rispondere a esigenze di efficacia (nella costruzione del dialogo con i destinatari) e di efficienza (nella gestione di cicli di analisi-design iterativi e sostenibili in termini di impegno di tempo e risorse) rispetto alla produzione di contesti narrativi e narrative di flusso, sensibili al contesto e alle conversazioni civiche sui temi rilevanti.

Analisi dei dati e metriche critiche

Le *critical analytics* o metriche critiche sono centrali nei *Digital Methods* in quanto rappresentano gli strumenti fondamentali per analizzare i contenuti social a partire dalle entità rilevanti ovvero *hashtags*, *tweet*, *mentions*, *user*, etc. Il nostro ambito di osservazione è

sempre Twitter, social inteso come piattaforma privilegiata per l'*ascolto* delle dinamiche della sfera pubblica online. Nello specifico e in linea con Rogers (2019), le *critical analytics* (le metriche critiche) intendono individuare le "voci dominanti, i temi rilevanti, la vocalità, l'impegno, il posizionamento e l'allineamento". Con particolare riferimento a Twitter, tali metriche consentono di analizzare lo spazio d'interazione legato a un tema attraverso le sue *affordance* specifiche e secondo una prospettiva critica.

Per "voce dominante" s'intende la lista delle *@mentions* relative all'interazione su un tema: se ordinate in ordine di frequenza, queste offrono una stima di quali voci siano più risonanti o più menzionate intorno a un argomento. La vocalità, per contro, misura invece chi twitta con maggior assiduità su un tema.

Gli *hashtags* indicano già di per sé i temi che funzionano da slogan per campagne o per shit-storm o cascate informazionali di vario tipo, cosicché i "temi rilevanti", se considerati come criteri analitici, si identificano nella lista degli hashtag più utilizzati. L'analisi delle occorrenze di più *hashtag* insieme – la *co-hashtag analysis* – può rivelare la combinazione e la sinergia fra più temi o la loro ibridazione.

L'"impegno" misura la presenza continuativa nello spazio comunicativo inerente al tema, di soggetti e/o di altri temi collegati: tale metrica viene misurata nel tempo.

Il "posizionamento" indica l'uso di *keyword* specifiche piuttosto che di altre: le keywords possono rappresentare un "programma" e un "anti-programma" e il loro uso può denotare differenti prospettive sullo stesso argomento. Ad esempio, rispetto al tema della TAV in Piemonte, gli attivisti potrebbero usare il termine *NO-TAV* per descrivere il tema mentre i sostenitori dell'opera potrebbero utilizzare termini neutri quali ad esempio *Torino-Lione*.

Infine, l'"allineamento" indica quegli attori che condividono lo stesso tipo di linguaggio per descrivere il tema: ad esempio quali sono gli utenti che usano il termine *casualties* per definire le vittime civili di un attacco militare, e chi invece usa piuttosto il termine *victims*, *losses* etc.

La prospettiva di analisi che utilizza tali metriche si definisce quindi "critica" secondo due significati: in primo luogo offre un'alternativa alle metriche della popolarità o *vanity metrics* (Rogers 2018) ovvero al mero conteggio dei follower o dei retweet, spesso falsificato

dalla possibilità di acquistare "seguaci" con l'unica finalità di essere visibili. In secondo luogo tali metriche critiche possono rilevare in che misura e come gli spazi dell'interazione su Twitter marginalizzano alcuni soggetti o temi e allo stesso tempo mettono al centro alcuni attori dominanti in grado di fare prevalere alcuni *topic* di tendenza e ampliarne la visibilità online. Parafrasando Rogers le metriche critiche sono funzionali ad analizzare, anziché la rete di *follower* o seguaci nei social media, la rete che si crea intorno a temi rilevanti e che coinvolge attori diversi quali privati cittadini, giornalisti, rappresentanti delle istituzioni, attivisti etc.:

> It is a network (or interest community, as others have called it) that resides between the celebrities on the surface and the severely niched in the outer reaches; it is a middle ground where the actors are highly linked locally, but scarcely linked globally [..] I introduce metrics for issue networks as an alternative to vanity metrics for social networks. I call them critical analytics, thereby highlighting the critique of vanity metrics but also pointing up alternative metrics to measure other forms of engagement with social media (Rogers 2018, 451).

In generale tali metriche consentono da un lato di de-banalizzare l'analisi delle interazioni su Twitter ponendo al centro di essa non tanto la comunicazione del quotidiano – ovvero le espressioni dei soggetti su Twitter riguardo il resoconto della propria giornata di lavoro, studio – quanto di investigare gli spazi comunicativi e le interazioni fra soggetti riguardo a temi rilevanti di interesse sociale, civico e politico così come sono dibattuti e come evolvono su Twitter. Si tratta insomma di un'analisi computazionale "critica" e che ha l'obiettivo di individuare delle priorità in ciò che si ascolta e si analizza e di darne un senso critico. Ciò che le metriche critiche potrebbero aggiungere è in definitiva un'analisi dei profili degli emittenti e delle loro interazioni online finalizzate a far emergere certi temi e non solo l'analisi di contenuti e delle narrative prevalenti. Lo stesso tipo di social listening per esempio è stato applicato intorno al tema della sostenibilità da Ballestar *et al*. (2020) e può essere riprodotto per ascoltare questioni attuali e che coinvolgono la vita di milioni di cittadini: pensiamo ad esempio al dibattito in rete intorno al *green pass* oppure allo *ius soli* che oggi anima e polarizza allo stesso tempo la comunicazione su Twitter.

Attraverso le metriche critiche, l'ascolto delle interazioni online potrebbe far emergere chi sono i soggetti dominanti che animano il dibattito in tal senso, quelli più menzionati: si tratta di profili noti di quotidiani mainstream o di privati cittadini? È possibile inoltre, grazie all'analisi degli hashtag, capire su quali questioni specifiche si concentra l'interesse (ricordiamo che l'hashtag è usato come etichetta, pay off, concept di un insieme di messaggi più articolati) e infine, attraverso un ascolto longitudinale, capire come questi soggetti e temi cambiano e si muovono nel tempo nello spazio relativo al tema indagato.

Data-driven storytelling

La ricerca ha dunque individuato una proposta metodologica per il design di campagne di comunicazione transmediale data-driven, con l'obiettivo di tradurre i risultati delle analisi delle metriche critiche, condotte attraverso un approccio quantitativo computazionale, in componenti di uno storytelling sensibile e reattivo al contesto in cui si articolano le conversazioni civiche sui temi di interesse.

Di seguito si descrive, in sintesi, il flusso di lavoro identificato per la fase di design. Il percorso muove dai dati acquisiti nella fase di ascolto dall'analisi delle metriche critiche precedentemente descritte.

Le voci dominanti possono essere individuate con una metrica puramente quantitativa, catalogando i profili più condivisi, mentre l'analisi qualitativa dei contenuti da loro condivisi permette di classificarle in base al posizionamento sul tema scelto. Possiamo anche studiare le caratteristiche delle voci dominanti; voci che possono appartenere a persone, testate giornalistiche, media o istituzioni. Allo stesso modo si possono analizzare le fonti e i link presenti nei post, per comprendere quali siano i riferimenti mediali maggiormente diffusi. E anche il posizionamento delle fonti, che si può individuare grazie a un'analisi qualitativa.

La relativa facilità nell'acquisizione e raccolta dei dati attraverso strumenti come TCat o 4Cat consente di monitorare costantemente voci, temi, posizionamento, allineamento e fonti, rendendo disponibile questi dati per la successiva fase che consiste nell'articolazione dei risultati dell'analisi all'interno di schemi che facilitino la progettazione narrativa della campagna, in particolare di due aspetti alla base del concept del progetto di comunicazione, ovvero il contesto narrativo e lo storytelling.

Il flusso di progettazione che caratterizza questa fase consiste nei seguenti passaggi:

- Mappatura delle voci all'interno di funzioni narrative
- Mappatura dei temi all'interno del contesto narrativo
- Definizione dello storytelling e dell'arco di trasformazione del contesto e dei personaggi

Dall'analisi delle metriche critiche possiamo identificare non solo le voci più condivise e *ripostate* ma pure il loro posizionamento rispetto al tema oggetto di nostro interesse e anche il livello di attività di tali profili. Attraverso una griglia di supporto al design, suggeriamo quindi di utilizzare tali informazioni per delineare il mondo narrativo emergente dalle narrative civiche, ovvero il contesto di partenza in cui si collocherà la nostra campagna.

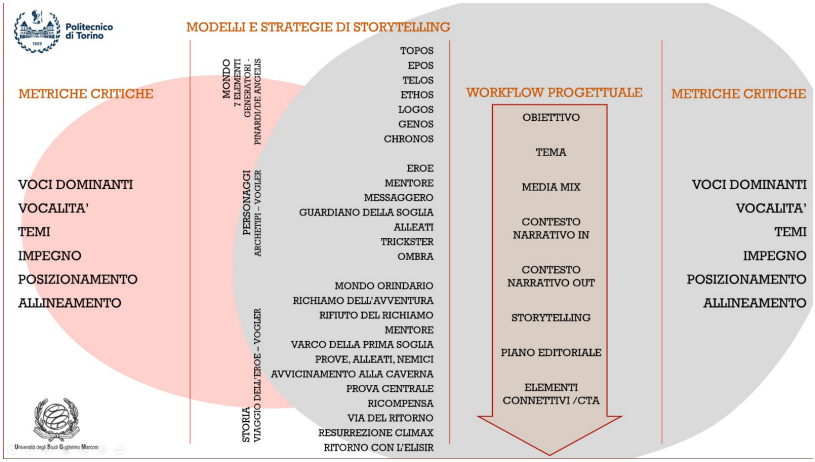


Fig. 1 - Il modello progettuale di data-driven transmedia storytelling

Possiamo farlo analizzando qualitativamente le dieci principali voci dominanti e collocandole all'interno del modello dei sette elementi generatori che, secondo il lavoro di Pinardi e De Angelis, consentono di descrivere i valori, la memoria storica, le finalità, i linguaggi, i luoghi,

le comunità e il tempo di un mondo narrativo. Avremo così il contesto narrativo di partenza in cui emergono valori, finalità e luoghi (i luoghi citati nei post, ad esempio, o gli ambienti mediali utilizzati come spazi di conversazione) che possono essere allineati o conflittuali e divergenti.

Nella nostra esperienza, spesso, molte delle voci dominanti occupano una posizione rilevante anche grazie alla loro presenza su legacy media, secondo una logica di convergenza mediale per cui i contenuti broadcast aggregano, condivisi online, conversazioni civiche.

Allo stesso tempo confrontando voci dominanti, il loro impegno e posizionamento, identifichiamo, attraverso una serie di domande guida, quali possano essere le loro funzioni narrative all'interno delle narrazioni civiche esistenti. Utilizzando gli archetipi descritti da Christian Vogler ne *Il viaggio dell'eroe* (1992) identificheremo le voci dominanti allineate rispetto a determinati modi di interpretare il tema di nostro interesse. In base al loro posizionamento rispetto al tema (ad esempio pro-vax e no-vax) e al posizionamento della nostra campagna, alcune voci dominanti potranno essere adatte alla funzione di eroe, mentore, alleato, altre potranno essere messaggeri, guardiani della soglia o trickster, altri ancora oppositori/ombre.

Una volta definite le funzioni, si collocano queste ultime in una struttura narrativa, basata sul modello del viaggio dell'eroe di Vogler. Identificando il nostro destinatario come eroe (se la narrazione della campagna è in soggettiva e quindi si rivolge al destinatario in seconda persona), oppure come mentore o alleato del protagonista della campagna, possiamo descrivere il suo viaggio verso l'acquisizione della consapevolezza supportata dal nostro futuro piano editoriale, inserendo nel percorso, secondo lo schema di Vogler, le funzioni e i personaggi archetipici individuati rispetto alla mappatura delle voci dominati.

Lo storytelling individuerà l'arco di trasformazione dei personaggi e del contesto narrativo funzionali al raggiungimento dello stato finale desiderato, ovvero il contesto narrativo in cui la nostra campagna ha avuto successo.

Lo storytelling della campagna guiderà la messa a fuoco dei temi, l'organizzazione del piano editoriale e anche le azioni di coinvolgimento del pubblico, nonché gli elementi connettivi tra i diversi contenuti mediali veicolati dai molteplici canali della campagna.

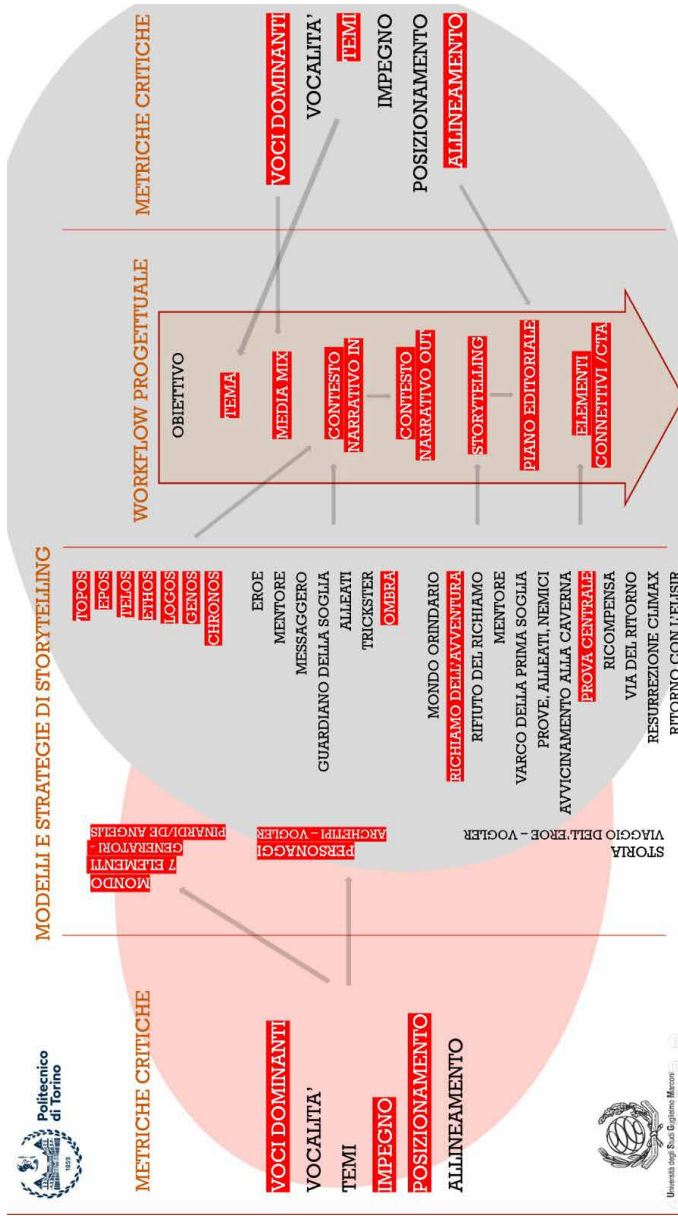


Fig. 2 - La traccia delle ricadute progettuali dell'identificazione della funzione narrativa dell'ombra grazie all'analisi delle metriche critiche

Alcune informazioni derivanti dall'analisi delle metriche critiche potranno essere direttamente utilizzate per identificare elementi rilevanti per la scelta del media mix del progetto transmediale. Ad esempio le informazioni relative alle fonti informative e alle piattaforme più menzionate e utilizzate dalle voci dominanti possono essere rilevanti per la scelta degli ambienti online attraverso i quali veicolare le rubriche della nostra campagna, così da utilizzare canali mediali conosciuti dal pubblico cui ci rivolgiamo. Al tempo stesso possiamo identificare fonti informative posizionate diversamente rispetto alla nostra campagna, per le quali prevedere magari attività di *debunking* grazie a rubriche specifiche del piano editoriale.

Secondo questo approccio, dunque, si alimentano, grazie a una raccolta dati e ad analisi "leggere" e iterative, ripetibili attraverso cicli ravvicinati di raccolta-analisi-mappatura dei dati, le diverse fasi di sviluppo di un progetto transmediale, ovvero l'identificazione dell'obiettivo, del tema, dei canali di contatto della compagna transmediale, del contesto narrativo, dello storytelling, del piano editoriale e delle azioni di coinvolgimento del pubblico.

Conclusioni

Il contributo ha presentato una proposta metodologica *data-driven* che ha l'obiettivo di rispondere all'esigenza dei *media designer* di produrre campagne e contenuti risonanti rispetto ai pubblici cui si rivolgono e alle conversazioni in cui si inseriscono. Esigenza acuita dalla logica di flusso delle piattaforme social, che impone criteri di efficienza e metodologie compatibili rispetto al requisito della tempestività che caratterizza le conversazioni online. La metodologia proposta integra analisi delle conversazioni online, condotta attraverso *mixed methods*, e design transmediale, basato sulla traduzione dei risultati dell'analisi in componenti di storytelling. Lo storytelling *data-driven* proposto vuole supportare la fase creativa dello sviluppo di una campagna con un approccio computazionale finalizzato all'analisi delle tracce digitali. Il saggio ha approfondito due aspetti specifici di tale metodologia. Da una parte l'analisi delle metriche critiche: voci dominanti, temi rilevanti, impegno, posizionamento e allineamento nelle conversazioni online. Dall'altra l'elaborazione dei dati secondo un

approccio basato sullo storytelling, orientato a ricostruire un contesto narrativo e un sistema di ruoli attorno ai quali strutturare la campagna di comunicazione.

Bibliografia

Ballestar, M. T., Cuerdo-Mir, M., Freire-Rubio, M. T. "The concept of sustainability on social media: A social listening approach", in *Sustainability*, 12 (5), 2020, 2122.

Bernardo, N., *Transmedia 2.0. Brand, storytelling, entertainment*, Roma, Armando, 2018.

Bertetti, P., Segreto, G., *Transmedia Branding. Narrazione, esperienza, partecipazione*, Pisa, Edizioni ETS, 2020.

Boccia Artieri, G., Farci, M., (a cura di), *Shockdown: media, cultura, comunicazione e ricerca nella pandemia*, Milano, Mimesis, 2021.

Boccia Artieri, G., Zurovac, E., "Networked brand narratives e transmedia storytelling", in Bertetti, P., Segreto, G., *Transmedia Branding. Narrazione, esperienza, partecipazione*, Pisa, Edizioni ETS, 2020.

Ciammella, F., "Transmedia activism and co-creation of grassroots narratives: theories, models and practices", in *DigitCult - Scientific Journal on Digital Cultures*, v. 6, n. 1, Roma, Aracne, 2021.

Ciancia, M., *Transmedia Design Framework. Un approccio design oriented alla transmedia practice*, Milano, Franco Angeli, 2016.

Cinelli, M., Quattrociocchi, W., Galeazzi, A., Valensise, C.M., Brugnoli, E., Schmidt, A.L., Zola, P., Zollo, F., Scala, A., "The COVID-19 social media infodemic", in *Scientific reports*, 10 (1), 2020, pp. 1-10.

Giovagnoli, M., *Transmedia. Storytelling e comunicazione*, Milano, Apogeo, 2013.

Jenkins, H., *Cultura convergente*, trad. di M. Papacchioli, V. B. Sala, V. Susca, Milano, Apogeo, 2007.

Jenkins, H., Ford, S., Green, J. *Spreadable media: Creating value and meaning in a networked culture* (Vol. 15), New York, NYU Press, 2018.

Kastrup, L., Tosca, S., "Transmedial Worlds - Rethinking Cyberworld Design", in *Proceedings of the International Conference on Cyberworlds*, Tokyo, IEEE, 2004, pp. 409-416.

Kozinets, R., *Netnography: the Essential Guide to Qualitative Social Media Research*, Thousand Oaks, SAGE, 2019.

Lengorburu, G., McColl, D., *Storyscaping: Stop Creating Ads, Start Creating Worlds*, Hoboken, John Wiley & Sons Inc, 2014.

Leonzi, S., "La condizione transmediale", in Bernardo, N., *Transmedia 2.0. Brand, storytelling, entertainment*, Roma, Armando, 2018.

Liu, M., Caputi, T.L., Dredze, M., Kesselheim, A.S., Ayers, J.W., "Internet Searches for Unproven COVID-19 Therapies in the United States", in JAMA Intern Med., 180 (8) 2020, pp. 1116-1118.

Limaye, R. J., Sauer, M., Ali, J., Bernstein, J., Wahl, B., Barnhill, A., Labrique, A., "Building trust while influencing online COVID-19 content in the social media world", in *The Lancet Digital Health*, 2 (6), 2020, pp. e277-e278.

Milanesi, R., Morreale, D., *Alternate Reality Game*, Milano, Franco Angeli, 2021.

Monaci, S., *Co-creation e peer-production*, Milano, Egea, 2016.

Monotti Graziadei, S., "Ascolto, misurazione e metriche per il marketing digitale e i social media", in Di Fraia, G., (a cura di), *Social media marketing*, Milano, Hoepli, 2015.

Phillips, A., *A Creator's Guide to Transmedia Storytelling: How to Captivate and Engage Audiences across Multiple Platforms*, New York, McGraw-Hill Education, 2012.

Pinardi, D., De Angelis, P., *Il mondo narrativo. Come costruire e come presentare l'ambiente e i personaggi di una storia*, Torino, Lindau, 2008.

Rampazzo Gambarato, R., Teixeira Tárcia, P.L., "Transmedia Strategies in Journalism", in *Journalism Studies*, vol.18, issue 11, 2017.

Rogers, R., "Otherwise Engaged: Social Media from Vanity Metrics to Critical Analytics", in *International Journal of Communication*, 12, 2018, pp. 450-472.

Rogers, R., *Doing Digital Methods*, SAGE, 2019.

Tenderich, B., *Transmedia Branding: Engage Your Audience*, Los Angeles, USC Annenberg Press, 2013.

Vogler, C., *Il viaggio dell'eroe: la struttura del mito ad uso di scrittori di narrativa e cinema*, trad. di J. Loreti, Roma, Dino Audino Editore, 2010.

Sitografia

Lupton, D. Social Research for a COVID and Post-COVID World: An Initial Agenda, March 29, 2020, in

https://medium.com/@deborahalupton/social-research-for-a-covid-and-post-covid-world-an-initial-agenda-796868f1fb0e (ultimo accesso 30/04/2023).

Mian, A., Khan, S., "Coronavirus: the spread of misinformation", in *BMC Medicine* 18, 89 (2020), in

https://doi.org/10.1186/s12916-020-01556-3 (ultimo accesso 30/04/2023).

World Health Organization, "Infodemic Management", April 15, 2020, in

https://www.who.int/teams/risk-communication/infodemic-management (ultimo accesso 30/04/2023).

Ecologie della scena digitale. Le strategie coreografiche per ripristinare l'empowerment sociale

Letizia Gioia Monda

Introduzione

Durante una presentazione della sua ultima pubblicazione *Pasolini. Il fantasma dell'origine* [1] (Recalcati 2022) – frutto di uno studio condotto sull'opera *Scritti Corsari* di Pier Paolo Pasolini (1975) – il rinomato psicoanalista Massimo Recalcati ha posto l'accento su un fenomeno intercettato dal regista italiano tra gli anni Sessanta e Settanta del Novecento. In quel periodo Pasolini aveva infatti riconosciuto l'insorgere di una nuova forma di potere: un «Nuovo Fascismo» che non aveva nulla a vedere con il Fascismo Mussoliniano, definito storicamente e temporalmente dal ventennio precedente la Seconda Guerra Mondiale. Questo fenomeno, intuì Pasolini, non aveva avuto origine come dittatura militare, non si esprimeva gerarchicamente in senso piramidale (esercitando una forza verticale sull'individuo per indurne l'oppressione), non presupponeva una punizione per il trasgressore della legge volta a ridurre e classificare il soggetto come suddito. Come spiega Recalcati, questo potere si presentava, invece, come entità invisibile, senza centro, caratterizzata da un moto orizzontale, capace di diffondersi rizomicamente [2] (Deleuze, Guattari

[1] Ci si riferisce alla Lectio Magistralis di Massimo Recalcati *La lezione di Pasolini*, a cura di Paola Anatriello, organizzata presso la Feltrinelli Libri e Musica di Napoli il 12 marzo 2022, in occasione dell'inaugurazione della nuova sede di Jonas Napoli.

[2] Il concetto post-strutturalista di rizoma descrive una rete non lineare che connette qualsiasi punto a qualsiasi altro punto. Una struttura in continua evoluzione, che si espande in tutte le direzioni orizzontali opponendosi alla gerarchia piramidale, o ad "albero". Tale concetto fu sviluppato dai filosofi francesi Gilles Deleuze e Felix Guattari.

1987) attraverso le tecnologie. Un "Tecno-Fascismo", dunque, che si contraddistingueva per la capacità di incidere, modificare e trasformare le vite e le coscienze, inebetendo le capacità di pensiero critico nell'essere umano. Pasolini si riferì nei suoi scritti a questa forma di biopolitica (Foucault 2019) come una catastrofe capace di trasformare le vite delle persone, conducendo a un'"omologazione distruttrice", a un "cataclisma antropologico" atto a mutare il soggetto umano in macchina: in vita anonima senza soggettività. Attraverso questa lettura del pensiero pasoliniano, Recalcati contestualizza alcune condizioni di disagio e la perdita del desiderio dell'essere umano nella contemporaneità. Sposando una logica evoluzionistica, lo psicologo espone nella sua pubblicazione come questo fenomeno biopolitico abbia indotto il suddito a divenire un consumatore, e a convertire il popolo in una massa, senza mente, senza pensiero, senza libertà.

Il discorso sopraesposto acquisisce oggi una certa rilevanza se comparato agli studi di *Digital Humanities* interessati ad analizzare il modo in cui le tecnologie digitali hanno influenzato e trasformato le capacità di relazione sociali dell'essere umano nell'era post-digitale. Non è una coincidenza riscontrare come, proprio in quegli stessi anni in cui Pasolini intuì la nascita del Tecno-Fascismo, in California un gruppo di informatici tra i venti e i trentacinque anni stava per cambiare le sorti del pianeta creando una tecnologia che avrebbe influenzato due miliardi di persone [3] (Kaiser 2017, 16-31; Monda 2019, 959-981). Infatti, proprio sul finire degli anni Settanta, mentre l'"organo-archivio" (Bleeker 2017, 197) diveniva per i programmatori della Sillicon Valley una risorsa inesauribile di dati per plasmare le interfacce grafiche, le tecnologie digitali facevano il loro ingresso prepotente nella vita quotidiana determinando una rivoluzione nelle modalità di comunicazione dell'essere umano (Hansen 2006; Rotman 2008). Quarant'anni fa, le industrie tecnologiche iniziarono a inventare prodotti – hardware, software e supporti vari – con l'obiettivo di convincere clienti in tutto il mondo che comprandoli e utilizzandoli questi avrebbero servito i consumatori rendendo *smart* le loro attività

[3] Sul finire degli anni Settanta nella Silicon Valley iniziarono a essere attuati i primi esperimenti di *graphical turn*, ossia quelli volti alla creazione di interfacce grafiche capaci di rendere sensibile l'interazione tra l'uomo e la macchina. Vedasi Kaiser 2017 e Monda 2019.

quotidiane e lavorative. In breve tempo, gli utenti impararono a usare e incorporare tali dispositivi convertendo le loro scelte in un *click*. Ma la vera rivoluzione fu successiva a questi eventi. Con il progresso tecno-scientifico, la nascita dell'intelligenza artificiale e la politica attrattiva dell'*open source/open access*, negli ultimi dieci anni, attraverso l'utilizzo delle tecnologie e la connessione ai social network, siamo proprio noi utenti a essere diventati inconsapevolmente il prodotto commerciale. Aziende come Facebook, YouTube, Twitter, TikTok, Instagram, Google, etc. hanno lavorato e sviluppato interfacce grafiche capaci di assuefare l'attenzione del proprio pubblico. Canalizzando l'inesauribile desiderio dell'uomo di esprimere e condividere i propri pensieri, progetti ed emozioni, hanno spinto sempre più gli utenti a rendere pubbliche le proprie vite e i propri pensieri. Nell'osservare la potenzialità di tale condizione, l'obiettivo di queste industrie è così divenuto produrre il graduale e invisibile mutamento del comportamento e della percezione umana. Cambiando il modo di utilizzo, di pensare e di agire del *prosumer* attraverso le piattaforme social, il Tecno-Fascismo ha iniziato a diffondersi a macchia d'olio. In maniera direttamente proporzionale all'accrescimento esponenziale dell'utilizzo dei social network da parte degli utenti, questa nuova forma di potere ha cominciato a trarre un profitto commerciando *futures* sull'essere umano agli inserzionisti (finanziatori dei programmatori informatici) interessati ad assicurare l'illusoria e costrittiva libertà di utilizzo del mezzo agli utenti. Tutto ciò si è tradotto in un sonnambulismo della specie umana, a cui assistiamo ciechi, mentre questa nuova forma di "Potere" dilaga in un ambiente-mondo neutralizzato nello spazio, nel tempo e nella materia, una realtà, dunque, che sovverte l'idea stessa di ciò che sia vero.

Tale condizione è stata esasperata nel corso della pandemia da Covid-19 dai periodi di lockdown che hanno indotto gli utenti – reclusi nelle loro abitazioni e impossibilitati a condurre in presenza le attività quotidiane – a un uso spasmodico dello strumento digitale. Un uso non supportato dalla conoscenza del mezzo e dalla consapevolezza delle minacce e delle conseguenze – sia fisiche che psicologiche – che avrebbe potuto causare l'ininterrotta connettività a cui siamo stati costretti durante i periodi di reclusione imposti dall'emergenza sanitaria da Coronavirus. In maniera latente la connettività, esasperata dall'"infodemia" (dalla diffusione pandemica di *fakenews* e notizie

non confermate), ha condotto gli utenti a sviluppare forme di psicosi sociali che hanno portato pian piano a isolare gli stessi, non solo a livello fisico ma soprattutto a livello emotivo e psicologico [4] (Humphrey 2006). Assoggettato da dinamiche e strategie di persuasione, inconsapevolmente il soggetto ha perso l'interesse per l'incontro sociale nell'ambiente naturale, e ha smesso di ascoltare il proprio corpo assuefatto dal mezzo programmato, così da determinare in lui una forma di dipendenza invisibile allo sguardo altrui. In questo scenario, forse, il problema emerso con maggiore criticità riguarda gli effetti di tale connettività ininterrotta sulle generazioni più giovani, vittime di trolls informatici, del cyber bullismo e degli stessi meccanismi di relazione informatici che trasformano il rapporto dell'io con il corpo-proprio inducendo alla proiezione distorta dell'immagine di sé stessi sulle piattaforme social.

Sul piano della comunicazione umana si è verificato un mutamento profondo: l'individuo ha iniziato a perseguire una ricerca frenetica per il riconoscimento di sé nell'altro da sé, che però non trova possibilità di attuazione e appagamento attraverso i canali informatici, i quali illudono il senso di solitudine che caratterizza la specie umana (Bishop 2018, 22-42).

Tecnologia vs Tecnologia

Di fronte questo scenario, è importante capire come si è trasformato il linguaggio artistico e quali strategie sono state adottate nell'ambito dello spettacolo dal vivo per ripristinare una comunicazione organica tra performance e spettatore. Ogni epoca, ogni ideologia ha visto mutare lo spazio della performance per adattarsi e rispecchiare le esigenze di relazione della propria civiltà teatrale. Solo nel corso del Novecento abbiamo assistito la *Black Box* mutare nel *White Cube* all'interno del quale abbiamo visto formarsi una *Gray Zone*. L'ecologia della scena, nell'era post-digitale, si costituisce sulle gradazioni di

[4] Non è un caso che in Italia sia stato istituito il "Bonus Psicologo": un contributo volto a sostenere le spese relative a sessioni di psicoterapia per persone che a causa dell'emergenza pandemica, e della conseguente crisi socioeconomica, hanno iniziato a soffrire di ansia, stress, depressione e fragilità psicologica.

presenza: ovvero su un'opposizione concettuale tra presenza e assenza (Pitozzi 2011, 107-127), costruzione e decostruzione, tra il fluire del tempo e la sua immobilità (o anche sospensione) (Birnbaum 2007). Come scrive Maria Grazia Berlangieri (2021, 41):

> Corpo e spazio si modificano nel contemporaneo che detta loro le condizioni dei rispettivi ruoli semantici. Queste mutazioni e variazioni sono esponenzialmente permesse dall'apertura dell'opera tramite la traduzione informatica del digitale. L'opera è potenzialmente rimaneggiabile all'infinito, finché memoria hardware e potenza di calcolo lo permettano. La relazione tra corpo, spazio e processo creativo è valutabile in un'analisi postdigitale: la prima fase storica di sola copia dell'originario analogico è superata. Quel che viene hackerato, viene mutato. I landscape digitali sono caratterizzati da un linguaggio di 0 e 1 (linguaggio binario) che permette potenzialmente di poter convertire l'ontologia di un oggetto (artistico). Quindi di cambiarne natura. Un suono può generare immagini, le immagini possono generare uno spartito musicale, una digitalizzazione di un movimento di un performer può tradursi in una astratta scia luminosa o rimanere puro dato numerico, trasferito a un robot, analizzato da un algoritmo di intelligenza artificiale.

La performance digitale si definisce così per il suo potenziale volto a ospitare l'ibridazione dei codici, progettata per rappresentare la molteplicità dell'essere in un luogo altro, scerno da categorizzazioni, vincoli, *task* e *like*, in cui ripristinare il senso di appartenenza del soggetto al proprio corpo e all'ambiente naturale. Il fine è quello di offrire all'utente/spettatore la possibilità di ripartire da sé stesso, dalla sua esperienza psico-fisica, per ritrovare la propria dimensione spazio-temporale, fuori dalle influenze imposte dall'ambiente reale e dai social network. Lo spettatore non è più colui che semplicemente osserva la performance ma diviene l'agente che, con il suo movimento, completa di senso lo spazio vuoto. La *gray zone* va intesa dunque come apertura di uno spazio che prima non c'era nella relazione umana e che va costruito affinché l'individuo lo riconosca e riesca ad abitarlo con la sua partecipazione, in questo modo recuperando il valore dell'incontro sociale. Prerogativa dell'artista contemporaneo diventa la progettazione di spazio e tempo in performance intermediali dove la riduzione semantica degli oggetti rappresenta una strategia per costruire nuove condizioni affinché lo spettatore sia in grado di

ascoltarsi e di prestare attenzione ai segnali psico-fisici provenienti dalla sua attiva partecipazione all'evento, intensificando in questo modo i feedback somatici ed emozionali (Monda 2019).

Il processo di digitalizzazione del pensiero fisico in artefatto digitale ha in questo modo stimolato l'indagine sulle strategie transmediali da attuare nell'ambito della coreografia contemporanea per sollecitare l'empowerment sociale e la consapevolezza nell'individuo, in modo da ripristinare una comunicazione organica tra performance e utente digitale. Nello scenario post-pandemico, la coreografia [5] viene programmata attraverso codici informatici per dettare nella dimensione digitale architetture sensibili capaci di divenire canali volti a riattivare la partecipazione del pubblico, e spingerlo a coinvolgersi fisicamente nella relazione umana attraverso un'esperienza sensoriale di carattere forte (Monda 2022, 87-109).

Forgiare il codice: il suono, la parola, l'immagine, il segno e il gesto, per renderlo espressivo, per surclassare il mezzo e arrivare al corpo dell'utente, per risvegliare l'impulso inconscio. Attuare strategie drammatiche per trasformare la connessione in interazione. Progettare architetture coreografiche digitali capaci di far danzare virtualmente il pensiero fisico degli utenti. Questa è la direzione in cui si muove e agisce l'ecologia della scena digitale. In questi termini, sembra corretto affermare che la soluzione riscontrata per risolvere il disagio dell'individuo nella contemporaneità sia nella tecnologia stessa.

> Uso il termine tecnologia, secondo l'accezione greca τεχυή (téchne), che fu coniata per indicare una particolare attitudine che contraddistingue l'essere umano dalle altre specie animali, la risorsa essenziale della nostra abilità adattiva: la creatività. La creatività rappresenta la nostra capacità di mettere in relazione i processi percettivi con l'immaginazione organizzando schemi di comportamento e comunicazione: oggetti, strumenti, strategie, artefatti cognitivi capaci di favorire la sopravvivenza e l'evoluzione della nostra specie (Monda 2020, 238-239).

[5] Considerando la connotazione che la parola coreografia ha assunto nell'era postmediale, il termine viene utilizzato nell'articolo per indicare la progettazione e il design di strategie di mediazione dei linguaggi volte alla trasmissione delle informazioni attraverso i circuiti digitali. In questi termini, coreografare significa pianificare un set, studiare e definire regole precise per guidare il comportamento, il movimento e l'azione del prosumer nello spazio digitale.

In questi termini, come lo stesso Pasolini aveva intuito e messo a punto attraverso la sua arte, il rimedio sta nell'affrontare il *Tecno-Fascismo* adottando una *Tecno-Estetica*: una tecnologia aptica [6] progettata per guidare l'utente al risveglio dal sonnambulismo quotidiano. Per fare ciò è necessario ripartire dal corpo, dalla *body knowledge*, studiare gli stati di presenza per simulare l'azione e la percezione del corpo anche in condizioni di assenza fisica dello stesso.

Dance the Distance

A tal proposito, un progetto emerso nel corso della pandemia e di rilevanza per il tema trattato in questo saggio è *Dance the Distance*. A cura della compagnia AiEP – Avventure in Elicottero Prodotti, diretta dalla coreografa Ariella Vidach e dal videomaker Claudio Prati, questo lavoro propone una sperimentazione coreografica in realtà virtuale e aumentata che, da un lato, ha puntato a mettere insieme una compagnia di danza virtuale e dall'altro a dettare le condizioni per mettere in scena un evento performativo di natura immersiva consentendo all'utente/spettatore una fruizione sia in presenza che in remoto.

La ricerca coreografica, che qui viene presentata, individua nella realtà virtuale lo spazio deputato a ripensare la coreografia: da sistema che organizza il movimento del performer nello spazio teatrale, a ciò che Johannes Birringer (2003; 2004) ha chiamato *a relational performance architecture*, in cui il pensiero coreografico si struttura in un processo plastico volto alla progettazione dello spazio, e nella prospettiva della possibile risoluzione dello stesso in un ambiente dinamico che consente l'integrazione di presenze mediatiche e cinestetiche. Ciò per espandere le dimensioni del nostro abitare, riflettere sul concetto di distanza in termini fisici, spaziali e temporali.

Il progetto ha puntato a sperimentare nuovi formati di fruizione realizzando diversi moduli di presentazione al pubblico. Da una par-

[6] Nicola Perullo, *Per una diete(ste)tica dell'immagine: visione ottica e visione aptica del cibo*. Appunti dall'intervento al convegno internazionale *Realtà Mediali. Sociologia, semiotica e arte negli immaginari e nelle rappresentazioni*, a cura di Anna Fici e Claudio Gnoffo, Università degli Studi di Palermo – Dipartimento Culture e Società, Palermo, 16-18 marzo 2022.

te, sfruttando appieno tutte le potenzialità offerte dal virtuale – grazie all'applicazione di app e piattaforme social come Mozilla Hub, VR-Chat, ALT Space etc. – il progetto ha mirato ad attuare nello spazio digitale delle attività laboratoriali di danza. Dall'altra ha proposto tre moduli di performance di danza contemporanea: *Virtual Touch*; *Phygital*; *Touch in VR*. Questi prototipi nascono da una ricerca che si è posta i seguenti obiettivi:

1. Sviluppare nuove condizioni spaziali in cui inscrivere il corpo digitale;
2. Trovare una risposta innovativa alla necessità di contatto tra i corpi nello spazio virtuale;
3. Attuare nello spazio digitale una composizione coreografica, e cercare di innescare con essa il sistema di relazioni dello spettacolo dal vivo.

Virtual Touch

Virtual Touch è una performance di danza virtuale con tre danzatrici connesse da remoto con Oculus a un ambiente virtuale in cui partecipano massimo sette spettatori, anche loro a distanza e dotati di visori. Gli avatar delle tre danzatrici danzano in uno spazio virtuale creato appositamente per la performance e condiviso dagli agenti attraverso una coreografia composta di intrecci, gesti, contatti, che, dettandosi nella gray zone, definiscono non solo il contenuto linguistico ma anche l'architettura della performance coreografica. Il prototipo propone, dunque, la sperimentazione di una dimensione innovativa che pone e impone l'applicazione di inedite metodologie compositive del movimento.

Questa performance viene proposta anche in versione teatrale, *blended*: con una danzatrice dotata di visore posta di fronte un pubblico in presenza, e le altre due danzatrici "a distanza", connesse in remoto ai loro avatar digitali. In questo caso, la coreografia, danzata dalle tre danzatrici (due in remoto e una dal vivo), si risolve in un'opera di videodanza composta e proiettata in real-time su di un grande *ledwall*. Questa strategia performativa mette gli spettatori in platea, senza visore, nella condizione di poter osservare in simulta-

nea, sia la danzatrice sul palcoscenico, sia i tre avatar danzanti protagonisti dell'opera di videodanza, oltre ad altri punti di vista – come la soggettiva della danzatrice in presenza o le inquadrature delle telecamere virtuali – montati in tempo reale dal regista Claudio Prati.

Phygital

Phygital presenta una performance di danza ibrida e interattiva con tre danzatrici in presenza inserite in una sala immersiva. Lo spazio performativo si compone di immagini grafiche che traducono visivamente la rete di relazioni e informazioni cinestetiche tra le danzatrici. Attraverso le sequenze coreografiche e dei sensori, le danzatrici controllano ed elaborano in tempo reale le immagini e i suoni dell'evento performativo. La risultante scena digitale diviene così un dispositivo suggestivo per inserire lo spettatore, presente in sala, all'interno di un ambiente audiovisivo molto coinvolgente dal punto di vista sensoriale e fisico.

Touch in VR

Touch in VR è un'installazione performativa da esperire in realtà virtuale, che propone a un limitato numero di partecipanti in presenza (4-6 persone per sessione) un'esperienza totalmente immersiva, all'interno della quale gli utenti possono interagire con un danzatore da remoto per elaborare una danza di contatto in forma virtuale. In questa simulazione, gli avatar dei partecipanti, performer e spettatori, sono in grado di utilizzare le mani con la stessa articolazione e sensibilità delle persone fisiche. La loro relazione coreografica attiva un'esperienza assolutamente reale nel contesto della realtà virtuale, permettendo di vivere un'autentica sensazione di contatto tra corpi.

A tal proposito Ariella Vidach (2022) afferma:

> Il mio approccio si oppone a quell'utilizzo della realtà virtuale che punta sull'assuefazione passiva. […] non stiamo cercando di dare all'avatar una verosimiglianza umana. A me interessa l'interazione in tempo reale con l'altro, per fare ciò è necessario anche alleggerire le informazioni che la tecnologia deve calcolare e sintetizzare per generare l'avatar. Se ci sono troppi dati il sistema non si muove in modo fluido

> e quindi l'ambiente performativo che viene generato non ha niente a che fare con la realtà. […]
>
> È necessario entrare in un sistema che simula così tanto lo spazio fluido da sentire che stai vivendo una dimensione che è quasi vicina alla vita reale. Mentre quando percepisci che la tecnologia perde i pezzi non funziona. Quindi meglio essere semplici, lavorare sull'immaginazione, trasformando queste forme, una testa e un tronco con mani molto articolate. Più sei sensibile ed espressivo con le mani più questa sperimentazione riesce a inviare feedback all'intero organismo. […] [7]

Prospettive

Queste e altre sperimentazioni di coreografia digitale, costruite attraverso specifiche strategie transmediali e volte a sollecitare il dialogo tra i corpi, offrono un canale importante per studiare le ecologie della scena digitale, nonché i meccanismi di comunicazione e interazione sociale nell'era post-mediale. In questi lavori finora descritti, l'utente è posto al centro di un'esperienza fisica unica, che coinvolge tutti i sensi. Volendo leggere queste esperienze nella prospettiva legata all'attuale dibattito sull'utilizzo delle piattaforme social quali canali di comunicazione di massa, potremmo osservare come l'installazione simula la connessione che si innesca tra due soggetti che interagiscono tramite i canali social. Gli utenti, infatti, non si "vedono" ed eseguono la stessa coreografia programmata attraverso le regole e i ruoli che vengono imposti dal dispositivo utilizzato come medium di comunicazione. La loro interazione sulla piattaforma si traduce nella grafica dell'interfaccia, ossia l'ambiente coreografico in cui verranno attuate le informazioni registrate dall'algoritmo per essere incorporate e sviluppate in maniera più intelligente nella successiva "performance". La realtà virtuale diviene così sempre più fluida, trasformando la ricorsione dell'algoritmo in un canale che permette di danzare, ascoltare e percepire la presenza fisica propria e degli altri in maniera acuta. L'ecologia della scena digitale, focalizzata a guidare e risvegliare l'attenzione del soggetto partecipante all'esperienza, in questo modo offre ai prosumer la possibilità di un empowerment,

[7] Ariella Vidach, da un'intervista inedita con chi scrive tenutasi tramite Google Meet il 15 febbraio 2022. Attualmente non è prevista la pubblicazione dell'intervista.

consentendo loro di riacquisire consapevolezza della propria fisicità, e di sperimentare attraverso un sistema aptico una nuova dimensione sociale. La risultante coreografia acquisisce le qualità di una tecno-estetica: un terreno di riflessione per riappropriarsi del proprio corpo e del proprio pensiero, fisico e mentale, e affrontare con criticità le questioni incombenti sui limiti, le potenzialità e i rischi a cui siamo soggetti attraverso l'uso quotidiano delle tecnologie digitali.

Bibliografia

Berlangieri, M.G., *Performing Space. Lo spazio performativo e l'hacking digitale. Nuove tecnologie e transmedialità*, Roma, Bordeaux, 2021.

Birnbaum, D., *Cronologia. Tempo e identità nella videoarte*, Milano, Postmedia Book, 2007.

Birringer, J., "Dance and Interactivity", in *Dance Research Journal*, XXXV-XXXVI, n. 2-1, Winter 2003-Summer 2004, pp. 88-112.

Bishop, C., "Black Box, White Cube, Gray Zone: Dance Exhibitions and Audience Attention", in *The Drama Review*, 62:2 (T238), Summer 2018, pp. 22-42.

Bleeker, M., "What if This Were an Archive? Abstractions, Enactment and Human Implicatedness", in Id. (ed.), *Trasmission in motion. The Technologizing of Dance*, Abingdon, Routledge, 2017, pp. 195-199.

Deleuze, G., Guattari, F., *A Thousand Plateaus*, 1980, trad. inglese di B. Massumi, Cambridge, MIT Press, 1987.

Foucault, M., *Nascita della biopolitica: corso al Collège de France (1978-1979)*, trad. di M. Bertani, V. Zini, Milano, Feltrinelli, 2019.

Hansen, M.B.N., *Bodies in Code: Interfaces with Digital Media*, Abingdon, Routledge, 2006.

Humphrey, N., *Seeing red: a study in consciousness*, New York, Harvard University Press, 2006.

Kaiser, P., *Not fade away: thoughts on preserving Cunningham's Loops*, in Bleeker, M., (a cura di), *Trasmission in motion. The Technologizing of Dance*, Abingdon, Routledge, 2017, pp. 16-31.

Monda, L.G., "Luci ed ombre sull'uso del digitale nella danza. Dal Festival 'Più che Danza!' una riflessione sulle reti sociali e le app per condividere i processi creativi coreografici", in *SigMa Rivista di Letterature comparate, Teatro e Arti dello Spettacolo*, vol. 3, 2019, pp. 959-981.

Monda, L.G., "Strategie transmediali per la diffusione della cultura della danza. Prospettive di attuazione dal progetto europeo CLASH!", in *Biblioteca Teatrale*, n. 137, 2022, pp. 87-109.

Monda, L.G., "Dall'oggetto coreografico ai digital dance score. Le metafore della creatività per studiare l'intelligenza coreografica", in *Biblioteca Teatrale*, n. 134, luglio-novembre, 2020, pp. 238-239.

Montani, P., *Tecnologie della sensibilità. Estetica e immaginazione interattiva*, Milano, Raffaello Cortina, 2014.

Pasolini, P.P., *Scritti corsari*, Milano, Garzanti, 1975.

Pitozzi, E., "Figurazioni: uno studio sulle gradazioni di presenza", in *Culture Teatrali*, 21, 2011, pp. 107-127.

Recalcati, M., *Pasolini. Il fantasma dell'origine*, Milano, Feltrinelli, 2022.

Rotman, B., *Becoming Beside Ourselves. The Alphabet, Ghosts, and Distributed Human Being*, Durham, Duke University Press, 2008.

Sitografia

AiEP – Avventure in Elicottero Prodotti, Video Demo VR_Touch&Trail 2_30, in

https://vimeo.com/694341563?embedded=true&source=vimeo_logo&owner=128090626 (ultimo accesso 07/09/2022).

AiEP – Avventure in Elicottero Prodotti, Video Demo Phygital2_42, in

https://vimeo.com/543642365 (ultimo accesso 07/09/2022).

AiEP – Avventure in Elicottero Prodotti, TOUCH in VR DtD trailer 1 min., in

https://vimeo.com/662718339?embedded=true&source=vimeo_logo&owner=128090626 (ultimo accesso 07/09/2022).

Verso una nuova "oggettività dell'empatia": come cambia il racconto giornalistico della realtà

Rebeca Andreina Papa e Luca Serafini*

L'informazione nella *platform society*: *user engagement* e centralità delle emozioni

Nella *platform society* le infrastrutture tecnologiche non sono semplici strumenti di veicolo dei contenuti, ma acquisiscono un profilo sempre più editoriale. Per *platform society* gli studiosi van Dijck e Poell (2015) intendono «un conglomerato globale di tutti i tipi di piattaforme le cui interdipendenze sono strutturate da meccanismi comuni» (van Dijck, Poell 2015, 1-5) e la cui influenza nella società va ben oltre il ruolo di intermediari e fornitori di servizi legati al digitale.

Le stesse modalità di creazione, distribuzione e fruizione delle notizie si rimodulano secondo nuovi criteri e obiettivi, in quanto le piattaforme digitali non svolgono la semplice funzione di *content producers*, ma offrono un servizio di mediazione editoriale che consiste nell'ospitare contenuti degli iscritti (individui, stakeholder, organizzazioni/imprese, ecc.), conservarli, organizzarli e promuovere la loro circolazione verso gli altri utenti (*networked publics*), secondo logiche controllate dalla piattaforma stessa (Boccia Artieri, Marinelli 2018).

Inoltre, le *affordances* che orientano gli usi delle piattaforme digitali promuovono diversi meccanismi di consumo collettivo dell'informazione, all'interno di nuove "modalità del sentire" e forme di socialità costruite in buona parte dalle logiche algoritmiche.

---

* Questo contributo è stato concepito dai due autori assieme. Tuttavia, è da attribuire a Rebeca Andreina Papa la stesura del paragrafo 1; a Luca Serafini la stesura dei paragrafi 2 e 3; di entrambi è la stesura del paragrafo 4.

Sono soprattutto i social media ad aver ridefinito le modalità di selezione dei contenuti che arrivano agli utenti, in particolare attraverso il processo di *datafication* e di personalizzazione dell'informazione. Analizzando i dati degli utenti e offrendo loro ciò che desiderano, le piattaforme social hanno fatto sì che il giornalismo sia sempre più orientato a una logica *data driven*, in cui gusti e preferenze dell'audience acquisiscono un'importanza sempre maggiore nelle attività di newsmaking.

Tale processo è ancor più rafforzato dagli stessi servizi di *audience measurement* che aziende come Facebook, ad esempio, offrono alle organizzazioni editoriali per definire con minuzia le caratteristiche e i bisogni dei loro lettori (van Dijck *et al*. 2018).

L'obiettivo primario diventa quindi quello dell'engagement degli utenti, in quanto sono proprio i contenuti più coinvolgenti a riscuotere maggiore visibilità nelle *social platforms*.

Ma cos'è che genera un maggiore engagement? Alcuni dati analizzati proprio da Facebook hanno messo in evidenza come le "storie commoventi, emozionanti e motivazionali" e "i dibattiti provocatori e appassionati" generino il doppio o il triplo dell'engagement rispetto ad altre storie (Osofsky 2010; van Dijck *et al*. 2018) e sembra che ciò valga in diversi contesti culturali e anche per altre piattaforme social (Berger, Milkman 2012; Chen, Sakamoto 2014).

Nelle *social platforms* la sfera emotiva dei lettori diventa, quindi, un fattore essenziale che il giornalista non può non tenere in considerazione nel processo di costruzione delle notizie, in quanto le stesse infrastrutture tecnologiche con i loro modelli di business sono organizzate in modo tale da suscitare, catturare e monetizzare i sentimenti e le emozioni degli utenti (van Dijck *et al*. 2018).

Gli editori digitali da diversi anni ormai stanno studiando nuove strategie di rappresentazione della realtà e di racconto giornalistico non solo per sopravvivere, ma per sfruttare le potenzialità delle nuove logiche di *datafication* e personalizzazione dell'informazione imposte dai social media. Il mondo del giornalismo si sta così reinventando al fine di sfruttare le potenzialità e i meccanismi delle piattaforme e meglio rispondere alle nuove abitudini informative di un pubblico di lettori sempre più interconnesso e desideroso di coinvolgimento.

Da un impiego "informativo", che considera le piattaforme digitali come semplici canali di comunicazione, è necessario passare a un

approccio maggiormente dialogico, bidirezionale, interattivo, coinvolgente, capace di alimentare l'engagement del lettore (Solito *et al.* 2019).

Il mondo dell'informazione ha cercato così di adeguarsi alle nuove logiche di visibilità e viralità delle *social platforms*. Molti editori digitali hanno investito ingenti risorse per poter offrire agli utenti un flusso costante di informazione mescolata all'intrattenimento, puntando sull'uso di video, live blog, presentazioni, quiz. Parallelamente alla distribuzione di contenuti più "leggeri" (infotainment), non hanno affatto rinunciato a proporre ai propri utenti anche un'informazione più approfondita e articolata, riconducibile spesso al giornalismo d'inchiesta.

Nella *platform society* caratterizzata da un overload informativo, però, c'è il forte rischio che quest'ultimo tipo di informazione non raggiunga la massa degli utenti delle piattaforme, in quanto, come già sottolineato, proprio i contenuti di intrattenimento e quelli a maggiore componente emotiva tendono a viaggiare e a diffondersi più velocemente rispetto alle cosiddette *hard news* (van Dijck *et al.* 2018).

Sdoppiare la tipologia di contenuti da offrire al pubblico non sembra essere, quindi, una soluzione sufficiente per "salvare" l'informazione di qualità dall'onda dell'emotività che viaggia sul web.

È piuttosto necessario che il mondo dell'informazione cavalchi quest'onda senza però farsi travolgere e senza snaturarsi, riflettendo adeguatamente su come coinvolgere i propri utenti: multimedialità, interattività e riappropriazione della sfera emotiva sembrano essere aspetti cruciali con cui bisogna necessariamente fare i conti.

L'oggettività impossibile: giornalismo "normativo" e web emozionale

È evidente come, in uno scenario del genere, sia sempre più complesso rifarsi alle narrazioni giornalistiche della realtà basate sugli ideali tipici del cosiddetto "giornalismo moderno". Con questa espressione ci si riferisce a quel modello di giornalismo che si è affermato tra la seconda metà dell'Ottocento e i primi decenni del Novecento, in corrispondenza col tentativo di rendere il giornalismo stesso un'attività professionale a tutti gli effetti, incentrata su specifiche routine, strutture organizzative e norme da rispettare (Schudson 1978).

L'aggettivo "moderno" si riferisce al fatto che tali norme erano una diretta applicazione al campo del giornalismo dei principi dell'Illuminismo e della modernità scientifica. In riferimento alle narrazioni, oggetto del presente contributo, ciò implicava l'idea che il racconto della realtà potesse essere portato avanti sulla base di metodi oggettivi e procedure razionali (Schudson 2018). Il paradigma dell'oggettività, in questa fase storica, si è affermato nel campo del giornalismo anche nei termini di un «defensive strategic ritual» (Tuchman 1972): i giornalisti, per identificarsi come categoria professionale, avevano bisogno di distinguersi da chi praticava attività di *public relations* (Lippman 1922), il che implicava anche la necessità di evitare le influenze dei comunicatori di professione e il loro modello di narrazione persuasiva, volta a convincere e non a informare. Secondo il modello del giornalismo moderno, quindi, il racconto giornalistico della realtà deve essere oggettivo, imparziale, distaccato, non contaminato da punti di vista soggettivi né da emozioni (Peters 2011). Per molti decenni questo è rimasto il paradigma dominante nell'autorappresentazione della professione giornalistica.

Gli elementi già richiamati nel primo capitolo hanno evidenziato come l'avvento dei media digitali abbia determinato, però, una riaffermazione della sfera emozionale all'interno dello scambio pubblico di opinioni e significati.

Questo scenario porta inevitabilmente a ridefinire il concetto di oggettività nel racconto giornalistico della realtà: l'ideale di un giornalista che agisce come un agente disincarnato, che osserva in maniera distaccata la realtà e che si limita a descriverla in maniera fredda, escludendo qualsiasi elemento di natura emozionale, è troppo distante dalla concretezza della produzione e soprattutto del consumo di informazione sulle piattaforme digitali.

Al contempo, il superamento del paradigma moderno dell'oggettività e la rivalutazione della sfera emotiva non devono condurre a una deriva di stampo postmoderno, per la quale le interpretazioni, tutte ugualmente legittime, prendono il posto dei fatti. Il noto aforisma di Nietzsche (2001 [1885-1887], aforisma 481) «non esistono fatti, ma solo interpretazioni», specie nelle sue successive appropriazioni da parte di correnti come il pensiero debole (Vattimo, Rovatti 1983), rappresenta un chiaro pericolo per il giornalismo, specie nell'epoca

della proliferazione di fake news, dell'infodemia (Rothkopf 2003; OMS 2020) e della post-verità.

È allora necessario comprendere se esistano dei modi per ridefinire il concetto di oggettività nel racconto giornalistico della realtà, includendovi anche le emozioni e la sfera estetica, assenti nel paradigma normativo attraverso cui il giornalismo inglobava i principi della modernità scientifica.

L'oggettività dell'empatia

Nei limiti dello spazio a disposizione per il presente contributo, e senza pretesa di esaustività, vogliamo provare a indicare uno dei possibili modelli per la riformulazione del concetto di oggettività giornalistica nella sfera pubblica digitale, e per l'inclusione all'interno di esso delle emozioni.

Dopo aver indicato il riferimento teorico alla base di tale modello, proveremo ad analizzare un'applicazione concreta del modello stesso.

Il riferimento teorico che vogliamo richiamare riguarda il concetto di "oggettività 3.0" elaborato da Micheal Schudson, uno dei principali studiosi di giornalismo contemporaneo. Schudson configura questo tipo di oggettività nei termini di una "oggettività dell'empatia", provando quindi a tenere insieme il resoconto accurato dei fatti e la presenza della componente emozionale.

Nell'utilizzare questa espressione, Schudson distingue tra tre differenti tipi di oggettività che hanno segnato il racconto giornalistico nel XX secolo (Schudson 2018).

Vi è innanzitutto l'oggettività 1.0, quella che si impone nei primi decenni del Novecento in concomitanza con la professionalizzazione del giornalismo. Come già evidenziato, tale oggettività si basa sui principi dell'imparzialità e della descrizione neutra e fredda dei fatti, con il giornalista che si limita a riportare ciò che è sotto ai suoi occhi. Tale modello, spiega Schudson, è stato quello dominante fino agli anni Cinquanta del Novecento.

A partire dal decennio successivo, si è invece affermato un modello differente, che egli definisce di oggettività 2.0: la copertura delle notizie, in questa fase, è diventata più analitica e più trasgressiva delle linee di confine tra pubblico e privato. Si è assistito a una crescita del

reporting contestuale e interpretativo. I giornalisti non si focalizzavano più solo sugli eventi, ma anche sulle loro cause, cercando delle spiegazioni, analizzando ciò che accadeva e offrendo una loro interpretazione. Cominciava quindi ad aprirsi una prima breccia all'interno del rigido paradigma normativo del giornalismo moderno, poiché iniziava a trovare spazio la soggettività. Il giornalista non si doveva necessariamente limitare a riportare asetticamente ciò che avveniva in un determinato momento, ma poteva offrire al lettore uno sguardo più profondo sulle notizie, che riuscisse a mettere i singoli fatti in una cornice più ampia. L'apertura alle interpretazioni implicava l'accettazione che potesse esistere un punto di vista soggettivo sugli eventi. Questa fase storica risentiva evidentemente dei mutamenti culturali che, proprio in quegli anni, stavano prendendo piede con l'avvento del paradigma postmoderno. Tuttavia, nell'oggettività 2.0 l'apertura alla soggettività, non implicava ancora il pieno riconoscimento delle emozioni nelle narrazioni giornalistiche; del resto, a parere di Schudson, nemmeno questa forma di oggettività è più al passo con i cambiamenti nella produzione e nel consumo di informazione che hanno luogo sulle piattaforme digitali.

Serve quindi un ulteriore passaggio, quello verso una oggettività 3.0: si tratta di un'oggettività empatica, che parte dal presupposto che sia necessario provocare, anche attraverso le narrazioni giornalistiche, un coinvolgimento emozionale del pubblico. Il presupposto, cioè, che nella sfera pubblica digitale l'audience sia costituita da quelle "comunità del sentire" di cui abbiamo parlato nel primo paragrafo. Tale coinvolgimento emozionale deve abbinarsi a un racconto accurato e preciso dei fatti. L'oggettività 3.0 deve essere quindi basata sulle evidenze fattuali come quella 1.0 e deve essere interpretativa come quella 2.0, ma deve aggiungere a tutto ciò l'empatia, configurandosi appunto come un'oggettività dell'empatia (Schudson 2018, 66):

> Journalism practiced with Objectivity 3.0 should accept that the job of journalism is to report stories about contemporary life. By reporting, journalists make a commitment to a factual and, to a large extent, verifiable world. By turning those reports into stories, journalists give their reporting a form that makes them understandable, even compelling. They are a combination of reportage and story that not only informs and instructs but may touch people, even move them.

Perseguire questa oggettività dell'empatia significa andare oltre il proprio specifico punto di vista: il giornalista, senza cedere al sentimentalismo, deve andare maggiormente in profondità, riuscendo a calarsi nel punto di vista sia dei protagonisti dei fatti che racconta, sia dell'audience a cui quella specifica notizia è rivolta. Non si tratta, qui, di esaltare la soggettività del reporter, seguendo una deriva personalistica che trasforma i giornalisti in opinion leader se non addirittura in celebrità. L'oggettività dell'empatia implica, al contrario, la capacità del giornalista di mettersi nei panni degli altri, e di articolare così un racconto coinvolgente e accurato, in cui le emozioni possono (e in un certo senso devono) trovare spazio.

Il caso dei newsgames

Un'applicazione concreta (ovviamente non l'unica) di questo modello di oggettività 3.0 al campo del giornalismo, è, a nostro parere, rintracciabile nei newsgames, ovvero l'utilizzo di videogiochi interattivi e realtà virtuale nel racconto giornalistico dei fatti.

I processi di *gamification*, ovvero l'applicazione di meccanismi tipici del gioco in contesti di per sé non ludici (Robson *et al.* 2015), sono in qualche modo connaturati alla struttura dei social media e alla comunicazione veicolata dalle *affordances* di queste piattaforme. Anche le narrazioni giornalistiche sui media digitali, di conseguenza, si sono evolute seguendo questo paradigma. Ciò è visibile, ad esempio, nell'utilizzo di un linguaggio colloquiale, spesso improntato all'ironia, di cui fanno uso le testate giornalistiche nel titolare e lanciare i propri articoli sulle piattaforme social. Le testate giornalistiche, quindi, proprio a causa dell'assorbimento delle logiche delle piattaforme che ospitano i loro contenuti, non tendono solo verso una comunicazione "emozionale" delle news, ma anche verso un paradigma ludico in senso più ampio.

In questo contesto, si è affermato anche l'utilizzo dei videogiochi come strumenti per veicolare un racconto emozionalmente coinvolgente delle notizie.

I newsgames rappresentano l'applicazione in ambito giornalistico delle logiche dei *serious games*, ovvero videogiochi che vanno oltre l'intrattenimento e che sono creati al fine di coniugare da un lato le

potenzialità interattive e multimediali dei media, con la loro capacità di coinvolgimento degli utenti, e dall'altro le strategie di apprendimento. L'obiettivo è, quindi, quello di veicolare contenuti seri attraverso la forma ludica.

Nello specifico, per Sicart (2008) i newsgames sono quei *serious games* computerizzati che hanno lo scopo di illustrare una notizia specifica e concreta a un pubblico partecipativo. Il loro scopo non è influenzare l'opinione dell'utente ma informare (Casagrande 2018).

Siamo nell'ambito del cosiddetto *transmedia journalism*, una forma ibrida di narrazione giornalistica che applica le tecniche del *transmedia storytelling* alla narrazione giornalistica.

> I prodotti transmediali rappresentano, in definitiva, la risposta del mondo dell'industria culturale a fronte di un mutamento dei bisogni di informazione ed intrattenimento di un nuovo soggetto che si presenta sulla scena sociale e sul mercato: il pubblico connesso (Boccia Artieri 2012, 130).

C'è chi ha espresso dubbi sul fatto che i videogiochi possano essere qualificati come "giornalismo" e che le notizie possano essere comunicate attraverso questi strumenti, evidenziando il rischio di banalizzare questioni di interesse pubblico (Ferrer-Conill 2016).

Altri studi, tuttavia, sono giunti a conclusioni opposte, mettendo in luce la capacità di questo tipo di videogiochi interattivi di suscitare un coinvolgimento emotivo proprio su fatti di interesse pubblico, non abdicando a un racconto comunque scrupoloso e dettagliato dei fatti con cui gli utenti sono chiamati a "giocare" (Bogost *et al.* 2010; Dowling 2021).

L'idea di fondo è che le tecnologie immersive, di cui anche i newsgames sono espressione, siano in grado di arricchire lo storytelling giornalistico, suscitando alti livelli di empatia e di identificazione con le storie che vengono raccontate (Milk 2015). I newsgames sono utili per far mettere l'utente nei panni degli altri e sollecitare una "memoria emotiva" (Zeman 2017), cosa che un racconto astrattamente razionale e distaccato dei fatti non è in grado di realizzare.

È stato infatti analizzato come i giochi basati sulla realtà virtuale permettano di acquisire conoscenze con una velocità del 60% superiore rispetto ai media tradizionali, proprio in virtù dell'empatia che sono in grado di suscitare (Shin, Biocca 2018). Questo anche perché

«la realtà virtuale è attrezzata in modo unico per trasmettere i neuroni specchio (scoperti nel 1992), determinando una sorta di "contagio emotivo"» (Dowling 2021, 150).

Giocare con le notizie significa essere trasportati all'interno di un contesto in cui la realtà si sta dipanando, simulando l'esperienza del reporter stesso (Dominguez 2017). Il gioco, in questo contesto, non si configura quindi come una fuga dalla realtà in un mondo immaginario, fittizio, secondo il paradigma del "magic circle" di Huizinga (1946 [1939]). Al contrario, l'identificazione empatica coi protagonisti di fatti reali può consentire agli utenti di associare le proprie esperienze personali a questioni più ampie che riguardano la sfera pubblica. Alcune ricerche hanno infatti evidenziato il ruolo avuto dai newsgames nel favorire l'interesse del pubblico nei confronti di migranti, minoranze oppresse o marginalizzate, gruppi sociali privi di tutele, e lavoratori a cui sono stati negati diritti fondamentali (Dowling 2021).

Tra i vari esempi a cui possiamo riferirci, l'emittente australiana ABC ha realizzato un videogioco che permette di immedesimarsi nelle pessime condizioni lavorative dei dipendenti Amazon nei magazzini australiani (ABC 2019). Analogamente, il *Financial Times* ha sviluppato *Uber Game*, un videogioco interattivo che consente di vivere in prima persona l'esperienza di un conducente Uber (Financial Times 2019). O ancora, si può fare l'esempio del gioco *Rebuilding Haiti*, sviluppato dallo *European Journalism Centre*: si tratta di un gioco in cui l'utente è chiamato a fare delle scelte sull'utilizzo di fondi per ricostruire Haiti in seguito ai danni provocati dal terremoto del 2010, decidendo dove allocare le risorse, come spendere i fondi a disposizione, e così via.

Giochi di questo genere, a causa della loro dimensione sia riflessiva sia interattiva, hanno la capacità di generare interesse per temi sociali, evitando però una deriva "emozionalista" tipica di una parte consistente dell'informazione giornalistica sulle piattaforme digitali.

In altri termini, l'elemento immersivo del gioco attiva un consumo maggiormente riflessivo e critico del prodotto giornalistico. Alcuni studi hanno infatti dimostrato come l'elemento immersivo dei newsgames generi livelli più alti di attenzione, poiché gli utenti non sono distratti da pubblicità o link, e rimangono più facilmente all'interno di una singola esperienza estetico-narrativa (Dowling 2017). Non a caso, i principi alla base della fruizione dei newsgames sono stati associati

a quelli dello *slow journalism* (Laufer 2011), ovvero alla promozione di un consumo più lento, riflessivo e meno frenetico dell'informazione.

La sfera estetica del gioco e delle emozioni, quindi, nei newsgames è funzionale ad attivare un interesse anche di natura etica per i protagonisti che il gamer incontra e per gli ambienti in cui è immerso. L'empatia, in altri termini, è innescata ai fini di una più profonda comprensione dei fatti, e non conduce all'emozionalismo e al sentimentalismo. Le notizie, attraverso il gioco, vengono rese più "intime", più vicine all'esperienza degli utenti, ma non per questo si trasformano in materiale di mero intrattenimento.

Il modello di oggettività 3.0 di Schudson, come visto, prescrive di tenere insieme il coinvolgimento empatico con un resoconto accurato e preciso dei fatti. In altri termini, è fondamentale che anche nel contesto delle tecnologie digitali e immersive il giornalismo resti saldamente ancorato ai principi della verifica scrupolosa dei fatti e della loro rappresentazione veritiera. Videogiochi e realtà virtuale, quindi, pur nel contesto di una inevitabile "deformazione ludica" della realtà, devono essere costruiti sulla base di un preliminare lavoro giornalistico di raccolta di dati ed evidenze, da restituire poi nell'esperienza del gioco.

Anche su questo fronte è possibile fare alcuni esempi di newsgames che rispettano tali principi. Nel newsgame *We Are Chicago*, realizzato nel 2013, gli utenti vengono trasportati nei quartieri della città statunitense e si confrontano col tema della violenza esercitata dalle baby gang. Prima di mettere in commercio questo prodotto, il gruppo di programmatori indipendenti *Culture Shock Games* ha raccolto testimonianze e dati sul tema in questione. Sono stati intervistati, ad esempio, molti abitanti dei quartieri più violenti di Chicago, come Englewood. Questo lavoro preliminare è servito a restituire, nel newsgame, un'esperienza realistica e non deformata del problema delle baby gang. C'è stato, in altri termini, un vero e proprio lavoro giornalistico di analisi e verifica (Dowling 2021, 85).

La stessa cosa è avvenuta con il newsgame *1979 Revolution: Black Friday*, realizzato dagli sviluppatori indipendenti *iNK Stories* nel 2016. Qui i gamer si calano nel ruolo di un fotogiornalista che torna in Iran durante la rivoluzione islamica del 1978-79. Il team di sviluppatori ha condotto ricerche approfondite prima di realizzare il prodotto, intervistando numerosi studiosi iraniani che vivevano a Teheran durante la Rivoluzione, e raccogliendo molto materiale d'archivio.

Un altro esempio interessante di newsgame e *transmedia journalism* è quello di *Pirate Fishing*. Il gioco prende il nome da un documentario realizzato nel 2012 dalla giornalista e film maker Juliana Ruhfus, sulle cause, le dinamiche e le conseguenze della pesca illegale nelle acque dell'Africa Occidentale ad opera dei pirati. Il documentario è stato realizzato per l'emittente *Al Jazeera* che, nel 2014, ha deciso di produrre il suo primo web-documentary. *Pirate Fishing* è diventato così un *serious game*. Gli obiettivi erano quelli di valorizzare il giornalismo investigativo, fare luce rispetto ai crimini ambientali e attirare un target giovanile (Casagrande 2018, 491):

> L'utente assume il ruolo di un giornalista investigativo che deve aiutare Juliana Ruhfus e il suo team a parlare del commercio multimilionario della pesca illegale, raccogliendo indizi, prove e appunti utili alla costruzione del caso. L'impianto narrativo, dunque, si presenta fortemente guidato – al fine di poter istruire il giocatore sugli effettivi passaggi necessari a svolgere un'indagine di giornalismo investigativo. Allo stesso tempo, però, il gioco consente all'utente di operare delle scelte, rendendo così la fruizione più partecipata e coinvolgente.

Possiamo dire, quindi, che almeno alcuni dei *newsgames* messi in commercio nel corso degli anni rispettano i due principi alla base del modello di oggettività 3.0 di Micheal Schudson, ovvero la necessità di suscitare un coinvolgimento emotivo da parte degli utenti operando, allo stesso tempo, una narrazione dei fatti fedele e aderente alla realtà, nonché basata su un lavoro giornalistico di controllo, verifica, raccolta di dati.

È evidente come quello riportato sia solo uno degli esempi possibili di "oggettività dell'empatia", e come il giornalismo necessiti anche di altre modalità (oltre a quelle dei videogiochi e della realtà virtuale) per raccontare i fatti alle proprie audience. Tuttavia, il caso di cui ci siamo occupati permette di comprendere come, sulle piattaforme digitali, il giornalismo debba restare fedele alla sua missione e al suo ruolo nelle società democratiche, distaccandosi però dallo standard di un'oggettività neutrale, meramente cognitiva e disincarnata. Tale standard, infatti, non è più al passo con le evoluzioni nella produzione e nel consumo di informazione che hanno luogo sulle piattaforme digitali. Di conseguenza, un racconto giornalistico incentrato su un'oggettività priva di emozioni non riuscirà probabilmente a provocare delle reali trasformazioni nella società, poiché non sarà

capace di coinvolgere su temi di interesse pubblico un numero sufficiente di persone.

Nel contesto della sfera pubblica digitale, come visto, la dimensione estetica non è in alcun modo separabile da quella cognitiva e razionale. L'inserimento delle emozioni e dell'empatia in un nuovo concetto di oggettività non significa infatti che tutte le interpretazioni si equivalgano, bensì che negli ambienti online la realtà dei fatti (la quale permane e non scompare affatto) necessita di nuovi strumenti e canali per potersi imporre all'attenzione del pubblico.

Bibliografia

Berger, J., Milkman, K.L., "What Makes Online Content Viral?", in *Journal of Marketing Research*, 49 (2), 2012, pp. 192-205.

Boccia Artieri, G., *Stati di connessione. Pubblici, cittadini e consumatori nella (Social) Network Society*, Milano, Franco Angeli, 2012.

Boccia Artieri, G., Marinelli, A., "Introduzione: piattaforme, algoritmi, formati. Come sta evolvendo l'informazione online", in *Problemi dell'informazione*, 43 (3), 2018, pp. 349-368.

Bogost, I., Ferrari, S., Schweizer, B., *Newsgames: Journalism at Play*, Boston, MIT Press, 2010.

Casagrande, G., (2018), "Pirate Fishing. Analisi di un prodotto di giornalismo transmediale", in *Problemi dell'informazione*, 43 (3), 2018, pp. 479-502.

Dominguez, E., "Going Beyond the Classic News Narrative Convention: The Background to and the Challenges of Immersion in Journalism", in *Frontiers in Digital Humanities,* 4 (10), 2017, pp. 10-33.

Dowling, D.O., "Toward a New Aesthetic of Digital Literary Journalism: Charting the Fierce Evolution of the 'Supreme Nonfiction'", in *Literary Journalism Studies,* 9 (1), 2017, pp. 100-117.

Dowling, D.O., *The Gamification of Digital Journalism: Innovation in Journalistic Storytelling*, London-New York, Routledge, 2021.

Ferrer-Conill, L., "Points, badges, and news: A study of the introduction of gamification into journalism practice", in *Comunicacio*, 33 (2), 2016, pp. 45-63.

Huizinga, J., *Homo Ludens*, Torino, Einaudi, 1946 [1939].

Laufer, P., *Slow News: A Manifesto for the Critical News Consumer*, Corvallis, Oregon State University, 2011.

Lippmann, W., *Public Opinion*, New York, Harcourt, Brace & Co., 1922.

Nietzsche, F., *La volontà di potenza*, Milano, Bompiani, 2001 [1885-1887].

OMS, *Novel Coronavirus (2019-nCoV) Situation Report-13*, 2 February 2020.

Peters, C., "Emotion Aside or Emotional Side? Crafting an 'Experience on Involvement' in the News", in *Journalism*, 12 (3), 2011, pp. 297-316.

Robson, K., Plangger, K., Kietzmann, J., McCarthy, I., Pitt, L., "Is it all a game? Understanding the Principles of Gamification", in *Business Horizons*, 58 (4), 2015, pp. 411–420.

Rothkopf, D.J., "When the Buzz Bites Back", in *Washington Post*, May 11, 2003.

Schudson, M., *Discovering the News: A Social History of American Newspapers*, New York, Basic Books, 1978.

Schudson, M., *Why Journalism Still Matters*, Cambridge (UK), Polity Press, 2018.

Shin, D., Biocca, F., "Exploring Immersive Experience in Journalism", in *New Media and Society,* 20 (8), 2018, pp. 2800-2823.

Sicart, M., *Newsgames: Theory and Design*, in Stevens, S.M., Saldamarco, S.J. (eds.), *Entertainment Computing - ICEC 2008 Proceedings*, Berlin, Springer Verlag, 2008, pp. 27–33.

Solito, L., Pezzoli, S., Materassi, L., "Prove di maturità: social media e bisogni informativi della cittadinanza", in *Problemi dell'informazione*, (44) 2, 2019, pp. 339-364.

Tuchman, G., "Objectivity as Strategic Ritual: An Examination of Newsmen's Notions of Objectivity", in *American Journal of Sociology*, 77, 1972, pp. 660-679.

Van Dijck, J., Poell, T., "Social Media and the Transformation of the Public Space", in *Social Media + Society*, giugno-dicembre 2015, pp. 1-5.

Van Dijck, J., de Waal, M., Poell, T., *The Platform Society. Pubblic Values in a Connective World,* Oxford, Oxford University Press, 2018, trad. it. a cura di Boccia Artieri, G., Marinelli, A., *Platform society. Valori pubblici e società connessa*, Milano, Guerini Scientifica, 2019.

Vattimo, G., Rovatti, P.A., (a cura di), *Il pensiero debole*, Milano, Feltrinelli, 1983.

Zeman, N.B., *Storytelling for Interactive Digital Media and Video Games*, Boca Raton, CRC Press, 2017.

Sitografia

ABC, *The Amazon Race. A News Game about what is like to Work in an Amazon Warehouse*, 2019, in

https://www.abc.net.au/news/2019-02-27/amazon-warehouse-workers-game-race/10803346?nw=0 (ultimo accesso 30/04/2023).

Chen, R., Sakamoto, Y., "Feelings and Perspective Matter: Sharing of Crisis Information in Social Media", in *System Sciences (Hicss)*, 47th Hawaii International Conference 1958-1967, 2014, in

https:///iee-explore.ieee.org/stamp/stamp.jsp?arnumber=6758846 (ultimo accesso 30/04/2023).

Financial Times, *Uber: The Uncomfortable View From the Driving Seat*, 2017, in

https://www.ft.com/content/c9a8b592-a81d-11e7-ab55-27219df83c97 (ultimo accesso 30/04/2023).

Milk, C., "How Virtual Reality Can Create the Ultimate Empathy Machine", in *TED2015*, April 22, 2015, in

https://www.ted.com/talks/chris_milk_how_virtual_reality_can_create_the_ultimate_empathy_machine (ultimo accesso 30/04/2023).

Osofsky, J., "Working Togheter to Build Social News", in *Slideshare*, September 30, 2010, in

https://www.slideshare.net/stanislav/working-together-to-build-social-news (ultimo accesso 30/04/2023).

L'esperienza del cinema: emozioni, condivisione, forme idealtipiche

Vincenzo Pepe e Alberto Trobia*

Il cinema è come un campo di battaglia:
amore, odio, azione, violenza, morte,
in una parola: emozione
(Samuel Fuller, in una sequenza di *Pierrot le fou* di Jean-Luc Godard)

Per cogliere tutto il valore della gioia
devi avere qualcuno con cui condividerla
(Mark Twain)

Introduzione

La "prospettiva estetica" di Simmel, intesa come metodo analitico della società, procede dall'individuale, dal singolare verso il generale. L'attenzione è dedicata al superficiale, al transitorio (Picchio 2004; Squicciarino 2000), al "frammento di realtà" (Tentori 2000). La società per Simmel è il risultato dell'interazione dei suoi elementi: quelli più profondi e quelli che appaiono in superficie (Squicciarino 2000). Lo studioso è "invitato" a partire da semplici fatti empirici, anche apparentemente futili. Rompicapi cui occorre dare una risposta in termini di spiegazione adeguata (Elster 2010).

Questo lavoro analizza un tema apparentemente superficiale: *l'esperienza cinematografica*. In particolare, le emozioni provate in sala. Attraverso l'analisi di questo tipo di esperienza, volevamo verificare se era possibile scorgere elementi più profondi. Elementi che potrebbero costituire un qualche meccanismo sottostante (Hedström 2005). S'è cercato di verificare se era possibile assegnare una "dimensione sociale" alle emozioni provate in sala (Rimé 2008). L'obiettivo stru-

* Questo contributo è stato concepito dai due autori assieme. Tuttavia, è da attribuire a Vincenzo Pepe la stesura dei paragrafi 1, 2, 3, 4 e 6; ad Alberto Trobia la stesura del paragrafo 5.

mentale era quello di evidenziare il processo che conduce dall'esperienza sociale di tipo emotivo, che lo spettatore prova in sala, all'attivazione di un'esperienza sociale successiva di condivisione verbalizzata (*Ibid*.) e mediata sempre più dalle tecnologie *mobile*.

La nostra ipotesi di lavoro parte dall'idea che l'esperienza cinematografica in sala "muova" lo spettatore (Frjida 1990) verso un processo di *condivisione delle emozioni* provate (Rimé 2008) che si trova all'interno di un repertorio culturale. La sala assume le caratteristiche di un "luogo" dove si celebra un rito (Collins 2004; 2006). L'esperienza emotiva in sala, condivisa successivamente, innesca un processo di strutturazione di relazioni sociali basato sulla condivisione di modelli e convenzioni culturali. La tradizionale condivisione emotiva *in situ*, legata alle immagini proiettate, s'inserisce in un processo sociale più ampio che prosegue e che, grazie alle nuove tecnologie, assume nuove modalità e nuove forme (Pepe 2019). Attraverso le emozioni l'individuo tematizza e mette in condivisione i modelli culturali interpretati nel film (*Ibid*.).

È possibile misurare ciò che sembra muovere lo spettatore verso la condivisione dell'esperienza emotiva? Abbiamo ipotizzato l'esistenza di questa "spinta sociale". L'abbiamo nominata *need-for-sharing* e abbiamo provato a misurarla. Naturalmente, ci siamo posti la domanda se avesse senso oggi guardare ancora al pubblico in sala. Questo tipo d'esperienza è ancora socialmente significativa oppure va trasformandosi in un fenomeno marginale? Ha ancora senso analizzare il modello tradizionale di fruizione filmica? La sala è ancora il luogo rituale che mantiene un ruolo centrale nel consumo cinematografico? La realtà suggerisce un panorama già trasformato dalle tecnologie digitali (Casetti, Fanchi 2006). La tecnologia *mobile* consente a chiunque la visione di film ovunque e in qualunque momento. Rispondere alla domanda se l'esperienza filmica al cinematografo sia ancora significativa appare un necessario punto d'avvio.

La centralità della sala cinematografica. I dati quantitativi

Per verificare questa ipotesi di lavoro, siamo partiti dai dati disponibili. Nel 2019, in periodo pre-Covid, il presidente di Anica affermava:

> Il 2019 si chiude con forti messaggi positivi: tutta la filiera (produzione, distribuzione, esercizio) è unita per rilanciare il Cinema nelle sale. E il pubblico risponde, con nitidi segni + per incassi e biglietti (che, tirate le somme, supereranno di nuovo i 100 milioni). È solida, dunque, la passione popolare verso il Cinema: si accompagna, e non è in contrapposizione con le nuove esperienze, streaming in testa" (Anica 2019).

I dati ufficiali Cinetel del 2019 confermavano questa dichiarazione, almeno per quanto riguarda l'Italia. Nel 2019, al *box office* italiano gli incassi ammontavano a 635.449.774 euro. Le presenze in sala a 97.586.858 spettatori. Nel 2019, rispetto all'anno precedente, gli incassi erano cresciuti del 14,35% e le presenze del 13,55%. Un trend di crescita confermato anche in rapporto al 2017: la crescita degli incassi e delle presenze era stata rispettivamente dell'8,70% e del 5,77%. In termini d'incasso, si trattava del quinto risultato sia dal 2010 (e di pochissimo inferiore al 2015: -0,24%) che dal 1995. In termini di presenze, invece, è il quinto miglior risultato dal 2010 e il nono dal 1995 (Cinetel 2019).

Sempre in Italia, ma nel 2021, i dati raccontano di un panorama segnato dal Covid (cfr. la Fig. 1). Nel 2021, al *box office* italiano gli incassi ammontavano a 169.395.229 di euro. Il numero di presenze in sala è stato pari a 24.801.770. Rispetto al 2019, si tratta di una diminuzione del 73,36% e del 74,60% (Cinetel 2021). Il 2021 è anche un anno particolare, per così dire, diviso in due dai provvedimenti di riapertura delle sale. Infatti, pur avendo iniziato lentamente a seguito della riapertura del 26 aprile, a luglio la differenza negativa con la media 2017-2019 s'era ridotta al 33,2%, grazie alla fine dei limiti riguardanti gli spettacoli serali (*Ibid.*). Questi dati indicano la sofferenza che il settore cinematografico ha attraversato. Dicono, tuttavia, che l'intera filiera cinema ha mostrato vitalità, capacità di reazione delle aziende di settore e la voglia di "tornare" al cinema del pubblico.

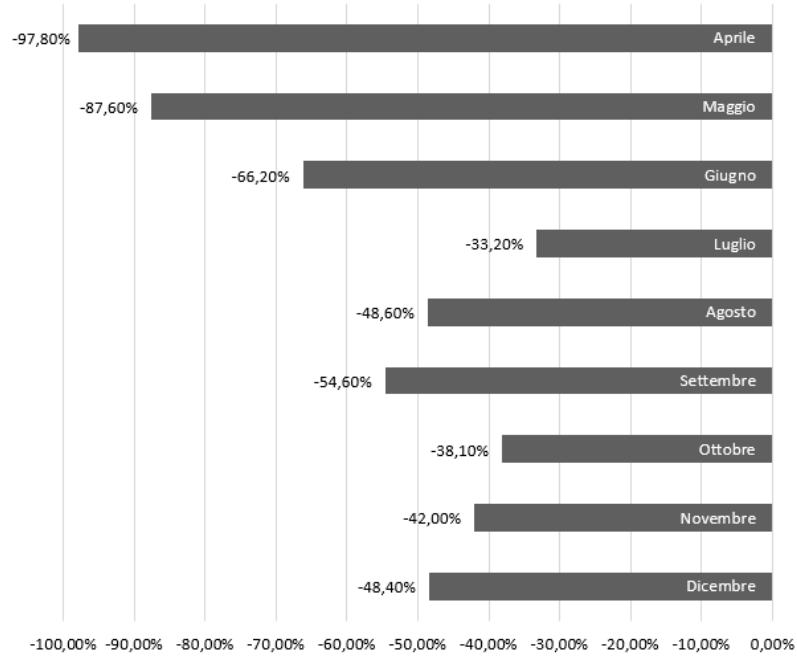


Fig. 1 – Differenze mensili negli incassi del 2021 rispetto alla media degli anni 2017-2019

Fonte: elaborazione su dati Cinetel

I dati europei sono in linea con quelli italiani, in termini di spettatori in sala, e confermano un trend in crescita fino al 2019 (cfr. la Fig. 2). Il rapporto annuale Unic 2021 prevedeva una forte ripresa di presenze in sala. L'analisi di Unic descriveva come il pubblico fosse desideroso di tornare all'esperienza del grande schermo e i cinema pronti a riprendere la loro posizione al centro delle comunità locali. Previsioni di crescita confermate nel rapporto 2022 (Unic 2022).

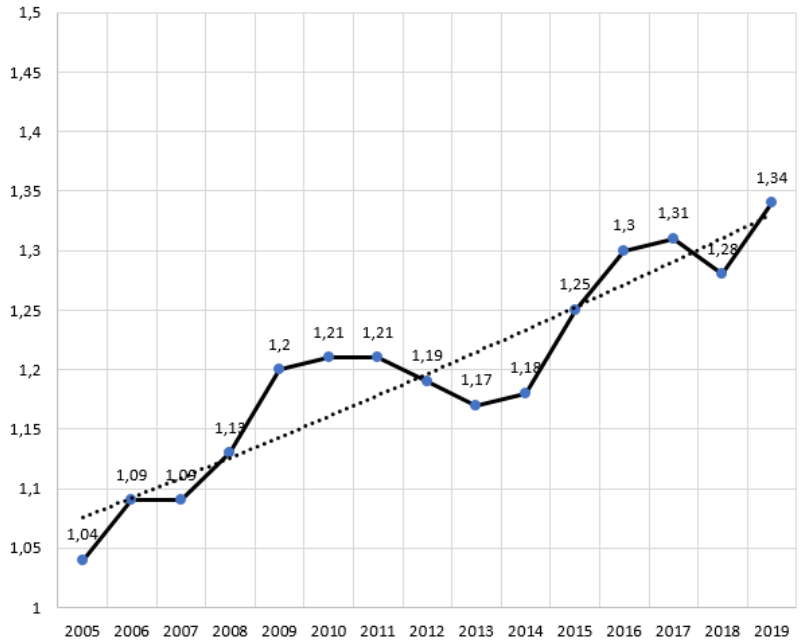


Fig. 2 – Spettatori in Europa: 2005-2019 (in miliardi di presenze)
Fonte: nostra elaborazione su dati Unic

In sintesi, i dati disponibili in Italia, in Europa e negli Stati Uniti (dove le vendite dei biglietti nel 2021 hanno superato gli incassi del 2020) confermano che l'esperienza al cinema rimane centrale sia per l'industria cinematografica, sia per gli spettatori, sia come tipologia di consumo del tempo libero. Centrare la nostra analisi sull'esperienza in sala appare, dunque, valida alla luce di questa base quantitativa.

La centralità della sala cinematografica. Alcune riflessioni in letteratura

La letteratura sul tema dell'*esperienza* cinematografica registra la scarsa presenza di studi di prospettiva sociologica. Appare invece ro-

busta la presenza di studi e analisi che assumono di volta in volta una prospettiva estetica, filosofica, psicologica (psicologia della percezione e della conoscenza), psicoanalitica e neurocognitiva. Approcci che propongono una concezione dell'esperienza filmica come incarnata (*embodied*), situata (*grounded*), enattiva e affettiva, e che pongono in rilievo i processi costitutivi del corpo, della mente, dell'azione, delle tecnologie e delle emozioni (D'Aloia, Eugeni 2017). Questi lavori s'interrogano sul modo e sulla profondità delle forme di fruizione digitale del film, che stanno trasformando l'esperienza stessa del cinema.[1]

Pur con traiettorie differenti, la riflessione parte dal rapporto medium-cinema, ponendo al centro dell'analisi la forma tradizionale dell'esperienza in sala. Viene, dunque, confermata la perdurante significatività di tale esperienza, anche in presenza d'una migrazione verso ambiti di esperienza dapprima impensabili.

La rilevanza dell'esperienza cinematografica sembra ancor più confermata dalle convenzioni che appaiono ancora operanti nei processi di produzione cinematografica, in misura significativa ancora pensati, strutturati e prodotti per la visione in sala; per quanto la transizione dall'immagine analogica a quella digitale sia interpretata da alcuni autori come una cesura rispetto al passato. Per Casetti (2015), l'immagine digitale sviluppa nello spettatore una disponibilità di percezione del reale simile a quella evocata dall'immagine analogica. Ciò significa che il cinema rimane sé stesso anche nell'epoca digitale; anzi, amplia le sue possibilità creative ed espressive. Oppure indica che "un'idea di cinema" permane al fondo di esperienze non riconducibili, in prima battuta, alla concezione tradizionale dell'esperienza cinematografica (Gallese, Guerra 2015, 256).

Il cinema diventa luogo e occasione di rituale sociale, in cui vanno in scena emozioni sociali, in quanto riconosciute socialmente e definite culturalmente (Collins 1990). In questo senso, il cinema comporta copioni da seguire nella fruizione collettiva in sala. A tutti è richiesto di seguire un modello di comportamento emotivo di cui la condivisione delle emozioni è sintomo d'intelligenza emotiva e anche, per così dire, d'intelligenza sociale. Nel corso dei rituali sociali la nostra normalità si definisce, e la definiamo noi stessi, a partire da ciò che

[1] Ricordiamo i lavori di Rodowick, Casetti, Montani, Bruno, Gallese e Guerra, solo per citarne alcuni.

sentiamo e da ciò che mostriamo di sentire, e dalla successiva condivisione, che comporta un qualche tipo di tematizzazione (Pepe 2019).

Così guardando, il ruolo del cinema ne esce ampliato. Il cinema e l'esperienza filmica non sono soltanto importanti occasioni di evasione e di consumo; il cinema non è soltanto un'esperienza di immedesimazione (Metz 1982; Smith 2003); e non è nemmeno ed esclusivamente un'esperienza coinvolgente, in cui lo spettatore è pedina essenziale del gioco (Morin 2016). Il cinema è anche un fatto sociale, un rituale, dove va in scena la capacità d'un mediatore emotivo (l'industria cinematografica) di produrre emozioni sentite come autentiche dagli spettatori. Il cinema come fatto sociale capace di descrivere, come un educatore, vere e proprie modalità di comportamento (Arnheim 2013). [2]

Emozioni come fenomeni sociali da condividere

L'esperienza emozionale si connota per la sua natura *socializzante* (condivisibilità delle emozioni), per la sua natura *cognitiva* (interpretazione degli eventi emotivi e riconoscimento delle emozioni), per la sua natura *meta-emozionale* (riflessività, valutazione, tematizzazione delle emozioni).

L'esibizione delle emozioni non è fenomeno a parte rispetto all'emozione. Essa è parte integrante dell'esperienza emotiva: l'esibizione (o la mancata esibizione) è emozione. Da un punto di vista comportamentale, le emozioni possono essere definite come "sindromi" socialmente costituite (Averill 1992). Con sindrome s'intende un insieme di elementi di risposta correlati (cambiamenti fisiologici, reazioni espressive, risposte strumentali, esperienze soggettive). Alcune di queste risposte possono essere basate biologicamente. Il modo in cui i componenti vengono organizzati in sindromi coerenti è determinato primariamente dall'evoluzione sociale e non biologica (Ivi, 144). Quindi, anche se alcuni elementi delle sindromi emozionali sono basati sulla biologia, altri vengono acquisiti in modi simili ai processi sociali, attraverso cui l'individuo sviluppa proprie capacità fisiche

[2] «L'uomo di oggi viene consigliato in modo preciso su come risolvere quasi tutti i problemi che la vita pone, dall'opinione pubblica fino alle ricette di cucina: (…) il cinema gli fa vedere come deve «eseguire» una scena d'amore» (Arnheim 1987, 153).

naturalmente programmate, ma socialmente sviluppate (ad es. mangiare, ballare, correre). Le costrizioni biologiche sul comportamento umano sono piuttosto leggere, e comunque difficili da misurare, e – pur ammettendo l'esistenza di emozioni fondamentali – la loro importanza causale risulta fortemente indebolita (Thoits 1989, 320). Se è evidente che il repertorio di base delle emozioni sia legato all'evoluzione e che derivi dall'evoluzione, e per questo appartiene a tutta la specie umana, pare altrettanto evidente che l'orchestrazione è diversa nelle diverse culture (Pepe 2011).

Chi vive un episodio emozionale manifesta, molto spesso, un bisogno di essere ascoltato, di parlarne anche più volte (Rimé 2008). Condividere un episodio emozionale completa l'intera esperienza emozionale. Tale completamento si ottiene rivivendo e con-vivendo con l'esperienza emozionale, attraverso la rievocazione personale e la traduzione verbale che si fa agli altri. Tale necessità di condivisione dipende da una pratica sociale cui veniamo socializzati fin dai primi istanti della nostra vita. La necessità sentita di condividere possiede essa stessa una matrice sociale (*Ibid.*).

Metodologia e risultati della ricerca

Abbiamo analizzato l'esperienza e le emozioni dello spettatore al cinema e come queste vengano condivise, sia attraverso l'interazione diretta sia attraverso i media, tramite una *survey*. La ricerca ha coinvolto un campione non probabilistico di 926 individui. Il questionario, realizzato con *Google Forms*, è stato condiviso online (CAWI), secondo un disegno "a valanga", sia su Facebook, tra gruppi di appassionati di cinema, sia tramite passaparola, attraverso applicazioni di messaggistica come WhatsApp. La rilevazione ha avuto luogo tra l'aprile e il maggio del 2018.

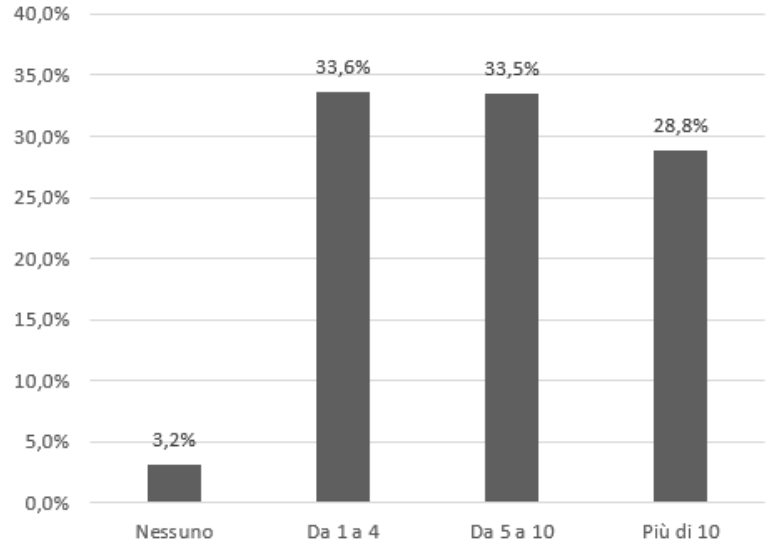


Fig. 3 – Film visti nell'ultimo mese (tutti i *device*)

Il campione è risultato composto soprattutto da donne (61%). La fascia d'età più rappresentata è quella compresa fra i 18 e 24 anni (40,7%), seguita dalla fascia 25-34 anni (30,6%). Il titolo di studio prevalente è il diploma (44,5%) e, più a distanza, la laurea triennale (23,9%). Gli intervistati vedono da uno a quattro film al mese o più (cfr. la Fig. 3).

Un primo obiettivo della ricerca era quello di provare a descrivere e classificare le reazioni emotive provate in sala e riferite dagli intervistati. Non abbiamo, dunque, "misurato" direttamente tali reazioni. Abbiamo chiesto ai rispondenti di ricordare la loro esperienza. Dover raccontare le emozioni provate attraverso il ricordo e la verbalizzazione, infatti, ha a che vedere con il ruolo sociale delle emozioni. Comporta una metariflessione, che chiama in causa meccanismi cognitivi, valutativi, di desiderabilità sociale.

Il questionario chiedeva agli intervistati di riferire, ricordando una generica esperienza al cinema, con che frequenza gli capitassero una serie di diciotto diverse reazioni. Tali reazioni si possono riassu-

mere in due "copioni emotivi", che sono emersi dall'analisi fattoriale (cfr. la Fig. 4). [3]

Potremmo chiamare il primo copione: "emozione estetica negativa" (Emo-NEG), in cui troviamo, con i punteggi fattoriali più alti, reazioni quali: irrigidire i muscoli, serrare i denti, provare disgusto, sbattere i piedi, eccitarsi sessualmente e nascondere il volto sulla spalla di qualcuno. [4] Questo copione è moderatamente associato al genere e all'età degli intervistati, cioè sono un po' più le donne che gli uomini ad adottare questo copione ($\eta^2_{genere\text{-}EMO_NEG}$=0,005; p=0,038), che diventa più frequente all'aumentare dell'età ($\eta^2_{Età\text{-}EMO_NEG}$=0,014; p=0,042).

Il secondo copione è stato denominato: "emozione estetica positiva" (Emo-POS). Le reazioni emotive con i punteggi fattoriali più alti sono, in questo caso: ridere, sorridere, battere le mani, sentire battere il cuore più forte, commuoversi, spalancare la bocca. [5] Emo-POS è significativamente associato al genere ($\eta^2_{gender\text{-}EMO_NEG}$=0,011; p=0,003). [6]

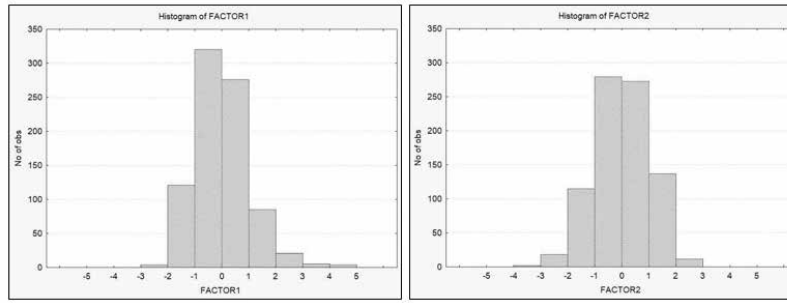


Fig. 4 – Distribuzione di Emo-NEG ed Emo-POS nel campione

[3] Metodo delle componenti principali (PCA), rotazione varimax normalizzata, varianza spiegata: 35,2%.

[4] La coerenza interna della scala, misurata con l' di Cronbach, è pari a 0,77. Poiché tale valore supera la soglia convenzionale di 0,70, possiamo considerare la scala attendibile (Trobia 2008b).

[5] = 0,76.

[6] Le associazioni col genere, qui registrate, non hanno ovviamente alcuna spiegazione di natura biologica. Esse sono verosimilmente l'esito dei modelli di socializzazione di genere, come è stato rilevato in numerosi studi (ad esempio, Oliver 1993; Bartsch *et al*. 2010).

La presenza di "commuoversi", in Emo-POS, potrebbe apparire in contraddizione con l'idea di emozione estetica positiva. Tuttavia, la presenza di questa reazione ha una precisa spiegazione, che ha a che vedere con una delle nostre domande di ricerca. Siamo, infatti, partiti da un approccio che si potrebbe definire *affect-centred*, seguendo una tradizione che, in sociologia, risale ai *Payne Fund Studies* (Trobia 2008a). Le emozioni svolgono un ruolo centrale nell'intrattenimento, come aveva già sottolineato la teoria degli usi e delle gratificazioni (Katz, Blumler 1974). E i media possono essere considerati delle lenti d'ingrandimento delle reazioni emotive positive e negative (Dias, Jorge 2016). La gratificazione dei media, tuttavia, può essere diretta (in sé e per sé) o indiretta. [7] Quest'ultima è determinata da bisogni cognitivi e sociali (Bartsch 2012), i quali hanno a che vedere col significato e la connessione sociale che gli individui sembrano ricercare nell'intrattenimento (Ivi, 294). Proprio i bisogni cognitivi e sociali spiegano perché le persone possono essere spinte a vedere film tristi o drammatici, attraverso la mediazione delle meta-emozioni. In sostanza, gli individui che, riflessivamente, vedono sé stessi commuoversi si "piacciono" e, nel piacersi, hanno un'esperienza positiva della visione. S'è parlato, in questo caso, di "paradosso dei film tristi" (*sad film paradox*) (Oliver 1993; Bartsch *et al.* 2010; Hanich *et al.* 2014).

I bisogni cognitivi e sociali, soprattuto quando entra in gioco la condivisione sociale delle emozioni, diventano oggetto d'interesse sociologico. Servono, tuttavia, degli strumenti empirci per provare a misurare i costrutti individuati. Nella letteratura psicosociale, le emozioni sono state definite e misurate in vari modi, facendo ricorso ora a modelli dimensionali ora a modelli categoriali (Del Giudice 2004). [8] Abbiamo, dunque, ritenuto necessario un confronto con alcune delle scale suggerite a tale scopo.

La scala di *need-for-affect* (Maio, Esses 2001; per la versione italiana: Leone, Presaghi 2007) è composta da 26 item stile Liker a sette

[7] Tan (2008) parla di gratificazione prossimale (*proximal*) o distale (*distal*).

[8] I modelli dimensionali individuano una serie di fattori, o dimensioni, che definiscono uno spazio all'interno del quale è possibile collocare le diverse emozioni. I modelli categoriali, invece, ipotizzano che emozioni differenti siano fenomeni qualitativamente distinti; individuano, perciò, categorie discrete di emozioni, che possono essere raggruppate in famiglie sulla base di alcune caratteristiche comuni.

punti ed è stata validata in numerosi studi. L'*affect* è un concetto più ampio e generale di emozione. Lo potremmo tradurre col termine italiano "sentire" e include, oltre le emozioni: l'umore, la disposizione, l'interesse. Alcuni autori hanno dimostrato che la scala di *need-for-affect* può essere utile a misurare la reazione emotiva all'esperienza mediatica (Bartsch *et al*. 2010). Essa, inoltre, consente di ottenere un'informazione maggiore sull'esperienza delle emozioni e delle meta-emozioni rispetto al notissimo modello dei *Big Five* (estroversione, amicalità, coscienziosità, stabilità emotiva o nevroticismo, apertura mentale) di Costa e McCrae (Ivi, 182), motivo per cui è stata inclusa nel questionario online.

Sottoposta ad analisi fattoriale, la scala di *need-for-affect* produce due dimensioni co-occorrenti (Maio, Esses 2001; Andrade, Cohen 2007), cioè che non si escludono a vicenda: da un lato, la propensione ad approcciare, avvicinarsi, apprezzare situazioni con un forte impatto emotivo (*approach*); dall'altro, la propensione a evitare, allontanare, rimuovere questo tipo di situazioni (*avoidance*). I punteggi fattoriali ottenuti con il nostro campione sono sovrapponibili a quelli di Maio ed Esses, dimostrando l'attendibilità della scala. La dimensione *approach* è qui correlata soprattutto con il genere ($\eta^2_{\text{gender-approach}}$=0,037; p=0,000) e l'età ($\eta^2_{\text{age-approach}}$=0,049; p=0,000), meno con il titolo di studio ($\eta^2_{\text{studio-approach}}$=0,012; p=0,037); mentre la dimensione *avoidance* è significativamente correlata solo con l'età ($\eta^2_{\text{age-avoidance}}$=0,049; p=0,000) e il titolo di studio ($\eta^2_{\text{studio-avoidance}}$=0,016; p=0,007).

Nell'occuparci della gratificazione indiretta dei media, di cui si parlava in precedenza, abbiamo rivolto la nostra attenzione principalmente alla condivisione sociale delle emozioni (per alcuni studi pionieristici, cfr. Zillmann *et al.* 1986; Rubin, Perse 1987; Lull 1990). La necessità di definire e misurare la propensione degli individui a condividere con gli altri l'esperienza del cinema in sala, ci ha portati a costruire una scala, che abbiamo definito di *need-for-sharing*. A conclusione d'un processo di selezione degli item iniziali, dopo i vari controlli di attendibilità, la scala è risultata composta da ventinove item (cinque in meno rispetto alla formulazione iniziale), che sono riportati nella Tab. 1. [9]

[9] All'individuazione degli item ha contribuito anche Fabio M. Lo Verde.

Item	**Risposte/modalità**
Cerca di ricordare una tua esperienza al cinema. Ci rendiamo conto che molto può dipendere dal genere di film che vedi, ma quali, fra i comportamenti precedenti, hai pensato che si potessero mostrare liberamente agli altri spettatori o, comunque, a chi era venuto con te? (Sappiamo che la lista è lunga, ma per favore leggi attentamente tutte le possibili risposte)	Sorridere Annoiarsi Sgranare gli occhi Distogliere lo sguardo/ Nascondere il volto con le mani Gridare Nascondere il volto sulla spalla di qualcuno Commuoversi Sentirsi arrossire Sentire battere il cuore più forte Sospirare Provare disgusto Irrigidire i muscoli Spalancare la bocca Serrare i denti Eccitarsi sessualmente Sbattere i piedi *(Ogni risposta prevedeva le modalità:* *molto, abbastanza, poco, per nulla)*
Quanto ti capita di parlare con altri di un film che hai visto al CINEMA?	*Sempre, spesso, qualche volta, mai*
Quanto ti capita, invece, di parlare con altri di un film visto in TV o sullo schermo di un dispositivo elettronico (pc, laptop, tablet ecc.)?	*Sempre, spesso, qualche volta, mai*
Dopo aver visto un film al cinema, in che misura ti capita di parlare con gli altri delle EMOZIONI che hai provato?	*Mai, qualche volta, spesso, sempre*
Se ti capita di parlare delle emozioni provate al CINEMA, quando lo fai in genere?	Alla fine del film Nei giorni successivi *(Ogni risposta prevedeva le modalità:* *molto, abbastanza, poco, per nulla)*

Con chi parli delle emozioni suscitate dalla visione di un film?	Genitori Fratelli/sorelle Partner Amici Conoscenti *(Ogni risposta prevedeva le modalità:* *sempre, spesso, qualche volta, mai)*
Ti è capitato di scrivere dei post sui social media (Facebook, Twitter, Instagram ecc.) riguardanti i film che hai visto al cinema?	*Mai, qualche volta, spesso, sempre*
Cosa riguardavano questi post?	Il contenuto del film Le emozioni provate vedendo il film *(Ogni risposta prevedeva le modalità:* *molto, abbastanza, poco, per nulla)*

Tab. 1 – Gli item della scala di *need-for-sharing*

Sottoponendo la scala ad analisi fattoriale, emergono due componenti [10]: 1) condivisione *immediata* dell'emozione estetica, che consiste nel mostrare ad altri le proprie reazioni emotive durante la proiezione del film in sala; e 2) condivisione *mediata* dell'emozione estetica, misurata da item che riguardano sia il parlare di ciò che si è visto al cinema (quando, quanto e con chi) sia la pubblicazione di *post* sui social media, riguardanti ciò che si è visto al cinema. Il bisogno di condivisione immediata è correlato con l'età ($\eta^2_{age\text{-}N4S1}$=0,063; p=0,000); mentre il bisogno di condivisione mediato è associato al genere: sono le donne più che gli uomini a condividere in modo indiretto l'esperienza del cinema e le sue emozioni ($\eta^2_{gender\text{-}N4S2}$=0,015; p=0,001). La distribuzione delle due componenti nel campione è illustrata in Fig. 5.

[10] Metodo delle componenti principali (PCA), rotazione varimax normalizzata, varianza spiegata: 36,3%

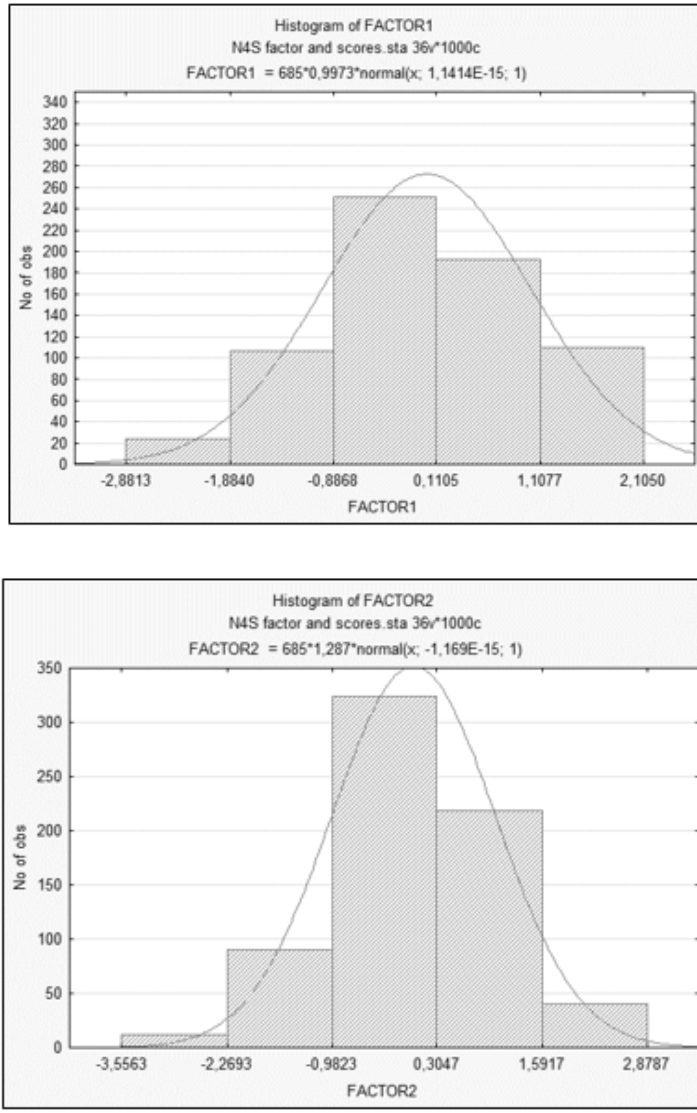


Fig. 5 – Distribuzione delle due componenti di *need-for-sharing* nel campione

Abbiamo registrato solo un'associazione statistica significativa tra *need-for-affect* e *need-for-sharing*. La scala di *need-for-affect*, nella sua componente *approach*, è infatti significativamente correlata con il *need-for-sharing* mediato ($r = 0{,}33$; $p < 0{,}05$). Chi si avvicina di più alle situazioni con un forte impatto emotivo, cioè, tende di conseguenza a condividere le proprie emozioni all'esterno, con gli altri, anche sui social media.

Il contenuto di ciò che viene condiviso, per sapere come il cinema viene "detto" o raccontato agli altri, può essere esplorato attraverso le parole stesse degli intervistati. In una prospettiva di triangolazione quali-quantitativa, abbiamo analizzato le risposte a una domanda aperta sugli argomenti di cui si parla con gli altri di un film visto in sala. Il risultato dell'analisi è riportato nella Fig. 6 e nella Tab. 4. Il lessico utilizzato conferma l'importanza della gratificazione sia diretta sia indiretta. Le parole "emozioni" e "trama", di gran lunga le più utilizzate, esemplificano bene i due livelli cui fanno riferimento gli intervistati. Da un lato, si notano tutta una serie di parole che riguardano la dimensione dell'*affect*: "emozioni", "interesse", "coinvolgimento", "impressioni", "condivisione". Dall'altro, per "raccontare" il film, vengono utilizzate parole che hanno più a che vedere con la componente cognitiva degli spettatori: "trama", "opinioni", "regia", "significato", "film", "riflessioni".

Fig. 6 – Raccontare il cinema: *tag cloud*

Lemma	Occorrenze
Trama	125
Emozioni	116
Interesse	39
Opinioni	27
Regia	25
Qualità	22
Coinvolgimento	19
Significato	16
Impressioni	17
Film	15
Riflessioni	14
Condivisione	14

Tab. 4 – Raccontare il cinema: lemmi con un minimo di 10 occorrenze

Nell'ultima fase della ricerca, abbiamo provato a classificare gli spettatori sulla base delle variabili in nostro possesso, comprese le scale di *need-for-affect* e *need-for-sharing*. La classificazione degli spettatori in idealtipi, attraverso la *cluster analysis*, ha una certa tradizione nelle scienze sociali e nel marketing (cfr., ad es., Cuadrado, Frasquet 1999; Marchand, Khallaayoune 2010; Trobia 2008a; 2016). Nel nostro caso, l'analisi ha prodotto quattro tipi ideali di spettatori: i "controllati appartati" (29,5%), gli "estroversi onnivori" (26,7%), gli "evitanti insicuri" (17,9%) e i "pessimisti colti" (25,9%) (cfr. la Fig. 7). [11]

[11] Metodo delle k-medie, n = 630. Variabili (*features*) utilizzate per la classificazione: *need-for-sharing* (immediato), *need-for-sharing* (mediato), *need-for-affect* (*avoidance*), *need-for-affect* (*approach*), Emo-NEG, Emo-POS, numero di film visti nell'ultimo mese, "con quale frequenza vai al CINEMA a vedere un film?", "nella vita di ogni giorno, ti capita di accorgerti di fare qualcosa così come l'hai vista fare nei film?", numero di libri letti negli ultimi tre mesi (esclusi i libri scolastici).

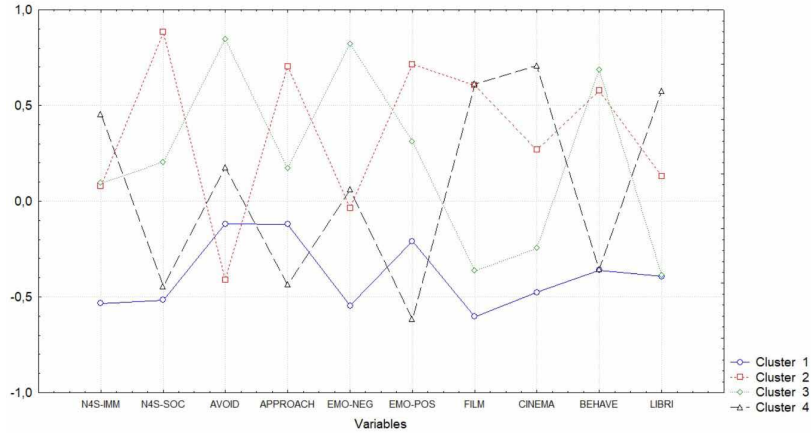


Fig. 7 – Gruppi emersi dalla *cluster analysis* (grafico delle medie)

I "controllati appartati" (contrassegnati da un pallino in figura) costituiscono la maggioranza del campione. Riescono a bilanciare approccio ed evitamento di situazioni con un forte impatto emotivo e riferiscono reazioni più positive (Emo-POS) che negative (Emo-NEG) al cinema. È il gruppo di individui che si reca meno in sala e ha i livelli più bassi di *need-for-sharing*. Il gruppo degli "estroversi onnivori", i cui valori sono contrassegnati da un quadratino in figura, è caratterizzato da alti livelli di condivisione e bisogno di provare emozioni, le reazioni in sala sono prevalentemente positive. Consumano vari prodotti mediali, compresi i libri, e dichiarano d'aver mutuato copioni di comportamento sociale dal cinema (variabile BEHAVE, in figura). Il tratto più forte degli "evitanti insicuri" (simbolo del rombo, nella Fig. 7) è il bisogno di evitare situazioni a forte impatto emotivo: abbiamo, qui, il valore più elevato riscontrato di questo parametro. Anche le reazioni negative al cinema raggiungono il valore massimo fra tutti i gruppi. Tuttavia, essi riferiscono di provare anche emozioni positive. Prevale la condivisione mediata delle emozioni. Frequentano poco le sale e, nella vita quotidiana, gli capita di comportarsi come hanno visto fare al cinema. Infine, il gruppo dei "pessimisti colti" (contrassegnati da un triangolo in figura) presenta il valore più alto di condivisione immediata delle emozioni e quasi quello più basso

di condivisione mediata. Nella vita di ogni giorno, evitano situazioni a forte impatto emotivo (il valore di *need-for-affect*, componente *approach*, è il più basso riscontrato). Non riferiscono reazioni positive al cinema, mentre le reazioni negative hanno il secondo valore più alto. Ciononostante, si tratta degli individui che vedono film e leggono di più.

Tutti e quattro questi profili non presentano associazioni statistiche con il genere, l'età e il titolo di studio.

Se si analizza il *sentiment* delle parole usate [12] all'interno di ciascun cluster, nelle domande aperte, vediamo che – concordemente con quanto visto a livello quantitativo – il gruppo col *sentiment* più positivo è quello degli estroversi onnivori (93,5%). Mentre il gruppo col *sentiment* più negativo è quello degli evitanti insicuri (21,9%) (cfr. la Fig. 8). Il risultato è interessante, perché ci consente di validare i gruppi, anche alla luce di dati di natura qualitativa. Naturalmente, essendo il campione utilizzato di tipo non-probabilistico, le proporzioni di questi tipi ideali non si possono generalizzare a una popolazione più ampia. Resta, tuttavia, l'utilità di una mappatura dei vari profili di spettatore che, vista l'alta numerosità del campione, potrebbe avvicinarsi molto all'eterogeneità degli spettatori reali.

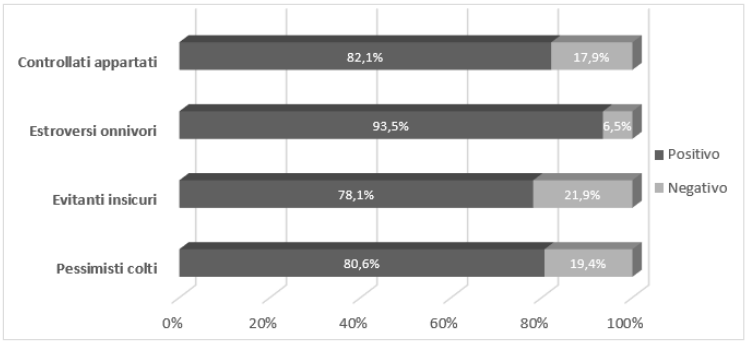


Fig. 8 – Analisi del *sentiment* all'interno di ciascun cluster

[12] Analisi non supervisionata tramite dizionario. Per un'introduzione alla *sentiment analysis*, cfr. Cristadoro, Arcostanzo 2017. Il dizionario utilizzato per l'analisi è quello fornito da Porcu 2000; la lista delle *stopword* della lingua italiana è reperibile su: https://github.com/stopwords-iso/stopwords-it

Vincenzo Pepe e Alberto Trobia

Conclusioni

Questo lavoro ha una natura esplorativa, ma – con la prudenza necessaria in questi casi – sembrano essere stati raggiunti alcuni risultati significativi.

Nonostante oggi siano cambiate sia le forme che le modalità di fruizione di cinema, l'esperienza in sala rimane centrale per le varie componenti della filiera. I processi di produzione cinematografica sono pensati ancora, in misura significativa, per la visione al cinema; il pubblico continua a officiare il rito della visione cinematografica in sala.

La visione in sala (e la condivisione immediata delle emozioni provate) è solo una parte di un processo di consumo che non si conclude con i titoli di coda di un film, ma che ha nella condivisione successiva e mediata degli stimoli emotivi elicitati dal film nello spettatore una parte significativa. Le emozioni sono centrali nell'innesco della condivisione dell'esperienza filmica e dei suoi contenuti e diventano esse stesse oggetto di tematizzazione e di condivisione, assumendo così una dimensione cognitiva oltreché, ovviamente, sociale.

L'utilizzo di una scala, che abbiamo definito di *need-for-sharing*, fornisce alcuni spunti di riflessione. I risultati ottenuti sembrerebbero indicare che il *need-for-sharing* potrebbe rivelarsi quel meccanismo sociale di cui abbiamo ventilato l'esistenza in sede di ipotesi iniziale; o far parte di un meccanismo sociale più ampio. L'esperienza filmica e la sua condivisione passano anche attraverso nuove pratiche esperienziali, che si affiancano a quelle tradizionali, con il ricorso alle nuove tecnologie e ai social media. Le tecnologie *mobile* e i social aumentano le possibilità e riducono i tempi di condivisione.

Un altro risultato significativo, pur con la prudenza dovuta all'utilizzo d'un campione non-probabilistico, consiste nell'aver individuato quattro tipi ideali di spettatori: i "controllati appartati", gli "estroversi onnivori", gli "evitanti insicuri" e i "pessimisti colti".

Occorreranno ulteriori analisi per confermare il valore di alcuni dei risultati qui presentati e approfondirli. A nostro avviso, tuttavia, si tratta d'un percorso di ricerca che, nella scarsità di studi sociologici sul cinema in Italia, appare assolutamente promettente.

Bibliografia

Arnheim, R., *Il film come arte*, Milano, Abscondita, 2013.

Averill, J.R., "L'acquisizione delle emozioni nell'età adulta", in Harré, R., *La costruzione sociale delle emozioni*, Milano, Giuffrè, 1992.

Bartsch, A., "Emotional Gratification in Entertainment Experience. Why viewers of movies and television series find it rewarding to experience emotions", in *Media Psychology*, vol. 15, n. 3, 2012, pp. 267-302.

Bartsch, A., Appel, M., Storch, D., "Predicting Emotions and Meta-Emotions at the Movies: The Role of the Need for Affect in Audiences' Experience of Horror and Drama", in *Communication Research*, vol. 37, n. 2, 2010, pp. 167-190.

Casetti, F., *La galassia Lumiére*, Milano, Bompiani, 2015.

Casetti, F., Fanchi, M., (a cura di), *Terre incognite, Lo spettatore italiano e le nuove forme dell'esperienza di visione del film*, Roma, Carocci, 2006.

Collins, R., *Teorie sociologiche*, Bologna, Il Mulino, 2006.

Collins, R., *Interaction Ritual Chains*, Princeton, Princeton University Press, 2004.

Collins, R., "Stratification, Emotional Energy, and the Transient Emotions", in Kemper, T, D., (Eds), *Research agendas in the Sociology of Emotions*, Albany, N.Y., Suny Press, 1990, pp. 27-57.

Cristadoro, A., Arcostanzo, F., "Sentiment analysis", in Natale, P., Airoldi, M., (a cura di), *Web & Social Media. Le tecniche di analisi*, Santarcangelo di Romagna (RN), Maggioli, 2017, 1990, pp. 50-52.

Cuadrado, M., Frasquet, M., "Segmentation of Cinema Audiences: An Exploratory Study Applied to Young Consumers", in *Journal of Cultural Economics*, vol. 23, 1999, pp. 257-267.

D'Aiola, A., Eugeni, R., *Teorie del cinema. Il dibattito contemporaneo*, Milano, Raffaello Cortina Editore, 2017.

Dias, P., Jorge, A., "Audience experiencing of emotions in the contemporary media landscape", in *Participations. Journal of Audience &Reception Studies*, vol. 13, n. 1, 2016, pp. 431-445.

Elster, J., *La spiegazione del comportamento sociale*, Bologna, Il Mulino, 2010.

Frijda, N., *Emozioni*, Bologna, Il Mulino, 1990.

Gallese, V., Guerra, M., *Lo schermo empatico*, Milano, Raffaele Cortina Editore, 2015.

Hanich, J., Wagner, V., Shah, M., Jacobsen, T., Menninghaus, W., "Why we like to watch sad films. The pleasure of being moved in aesthetic experiences", in *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, vol. 8, n. 2, 2014, pp. 130-143.

Hedström, P., *Anatomia del sociale. Sui principi della sociologia analitica*, Barbera, F., (a cura di), trad. di M. Vigiak, Milano, Bruno Mondadori, 2006.

Katz, E., Blumler, J.G., *The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research*, Beverly Hills, SAGE, 1974.

Leone, L., Presaghi, F., "Validity of the Need for Affect Scales: Factorial structure, invariance and validity in the Italian context", in *TPM-Testing, Psychometrics, Methodology in Applied Psychology*, vol. 14, nn. 3-4, 2007, pp. 117-134.

Lull, J., *Inside family viewing: Ethnographic research on television's audiences*, London, Routledge, 1990.

Maio, G.R., Esses, V.M., "The need for affect: Individual differences in the motivation to approach or avoid emotions", in *Journal of Personality*, vol. 69, n. 4, 2001, pp. 583-615.

Marchand, J., Khallaayoune, Z., "LOV and the big screen: A value-system segmentation of movie goers", in *Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing*, vol. 18, nn. 3-4, 2010, pp. 177-188.

Metz, C., *The Imaginary Signifier: Psychoanalysis and the Cinema*, Indianapolis, Indiana University Press, 1982.

Morin, E., *Il cinema o l'uomo immaginario*, Milano, Raffaello Cortina Editore, 2016.

Oliver, M.B., "Exploring the Paradox of the Enjoyment of Sad Films", in *Human Communication Research*, vol. 19, n. 3, 1993, pp. 315-342.

Pepe, V., "Virtual network, emotional capital and social movements", in Id. (a cura di), *Civic engagement in contemporary Italy*, Roma, Aracne editrice, 2019.

Pepe, V., "Le emozioni del/nel *leisure time*. Una rassegna", in Lo Verde, F., (a cura di), *Consumare/investire il tempo libero*, Milano, Bruno Mondadori, 2011, pp. 51-100.

Picchio, M., "Al di là dell'immagine: riflessione su alcuni saggi simmeliani di estetica", 139-178, in Federici, M.C., D'Andrea, F., (a cura di), *Lo sguardo obliquo. Dettagli e totalità nel pensiero di Georg Simmel*, Perugia, Morlacchi Editore, 2004.

Porcu, V., *Guida al text mining e alla sentiment analysis con R*, self publishing, 2016.

Rimé, B., *La dimensione sociale delle emozioni*, Il Mulino, Bologna, 2008.

Rubin, A.M., Perse, E.M., "Audience Activity and Soap Opera Involvement. A Uses and Effects Investigation", in *Human Communication Research*, vol. 14, n. 2, 1987, pp. 246–268.

Squicciarino, N., *Il profondo della superficie: abbigliamento e civetteria come forme di comunicazione*, Armando Editore, Roma, 2000.

Smith, M.G., *Film Structure and the Emotion System*, Cambridge, Cambridge University Press, 2003.

Tan, E.S.H., "Entertainment is Emotion: The Functional Architecture of the Entertainment Experience", in *Media Psychology*, vol. 11, n. 1, 2008, pp. 28-51.

Tentori, T., "Introduzione", ne *Il profondo della superficie: abbigliamento e civetteria come forme di comunicazione*, Roma, Armando Editore, 2000.

Thoits, P.A., "The Sociology of Emotions", in *Annual Review of Sociology*, vol. 15, 1989, pp. 317-342.

Trobia, A., a cura di, *Sociologia del Cinema Fantastico*, Torino, Kaplan, 2008.

Trobia, A., "Cronbach's alpha", in Lavrakas, P.J., a cura di, *Encyclopedia of Survey Research Methods*, Thousand Oaks, CA, SAGE, 2008, pp. 168-169.

Trobia, A., "Selecting significant respondents from large audience datasets: The case of the World Hobbit Project", in *Participations. Journal of Audience &Reception Studies*, vol. 13, n. 2, 2016, pp. 440-468.

Zillmann, D., Weaver, J.B., Mundorf, N., Aust, C.F., "Effects of an opposite-gender companion's affect to horror on distress, delight, and attraction", in *Journal of Personality and Social Psychology*, vol. 51, n. 3, 1986, pp. 586-594.

Sitografia

Anica, *I primi dati del cinema in sala nel 2019*, 2019, in

http://www.anica.it/news/news-anica/i-primi-dati-del-cinema-in-sala-nel-2019 (ultimo accesso 3/09/2022).

Cinetel, *I dati del Mercato Cinematografico 2019*, 2019, in

https://www.cinetel.it/pages/studi_e_ricerche.php (ultimo accesso 19/05/2022).

Cinetel, *I dati del Mercato Cinematografico 2021*, 2021, in

https://www.cinetel.it/pages/studi_e_ricerche.php (ultimo accesso 03/09/2022).

Del Giudice, M., *Misurare le emozioni. Una rassegna dei test più utilizzati nella ricerca sulle emozioni: caratteristiche, funzionamento, risultati empirici*, 2004, in

https://docplayer.it/3430103-Misurare-le-emozioni.html (ultimo accesso 05/08/2022).

Unic, *Annual report 2022*, 2022, in

https://www.unic-cinemas.org/en/resources/publications/ (ultimo accesso 03/09/2022).

Unic, *Annual report 2021*, 2021, in

https://www.unic-cinemas.org/en/resources/publications/ (ultimo accesso 03/09/2022).

Sguardi on-demand. Per un'etnografia delle pratiche audiovisive OTT

Nicolò Villani

Introduzione

Dalla metà degli anni '10 del 2000 a oggi, in un costante processo di evoluzione che ha saputo incontrare tanto le necessità di un mercato in mutazione quanto le potenzialità di linguaggi che hanno spinto da più direzioni per frantumare gli argini di un sistema produttivo troppo uniformato (Bisoni, Innocenti 2013), quello che passa sotto il nome di "mercato dello streaming" si è consolidato come uno dei cardini imprescindibili del panorama contemporaneo dell'industria dell'intrattenimento (Lotz 2017; Re 2017), andando a stimolare una dimensione capillare della distribuzione in grado di incontrare le esigenze di sfaccettate tipologie di spettatore, specialmente di fronte al recente periodo di rallentamento delle sale cinematografiche. In questo contesto, in Italia, il nocciolo del mercato dello streaming sembra essersi consolidato intorno a tre player – Netflix, Prime Video e Disney+ – capaci di delineare le regole di un panorama distributivo e produttivo intorno a cui gravitano interessi variegati e player che a fatica cercano di mantenere la loro presenza, in un ancora nebuloso insieme di distribuzione lineare, *bundle* e on-demand (Di Chio 2017) che necessita forme interpretative strutturate per poter restituire descrizioni coerenti del rapporto che intercorre tra il consumatore e la piattaforma.

Nell'ottica di fornire al dibattito pluridisciplinare che interseca gli interessi dei *Film & Media Studies* elementi teorici che aiutino a organizzare e descrivere l'assestarsi del mercato in continuo mutamento, si propone qui di approcciare l'osservazione del consumo di prodotti in streaming con lo sguardo proprio di un'etnografia che si muove sul solco degli strumenti strutturali, nell'ottica di ottenere descrizioni

coerenti, rapportabili e maneggevoli degli attori coinvolti nel mercato e delle pratiche che si organizzano intorno alla produzione, alla distribuzione e alla fruizione dei prodotti in streaming.

In questo contributo, dopo aver tracciato i contorni del campo disciplinare in cui ci si colloca e da cui si estrapolano gli elementi che vanno a comporre l'oggetto dell'analisi, si proverà a definire il ruolo che un'etnosemiotica (Marsciani 2007) dello streaming può avere di fronte alle diverse e stratificate dimensioni che ne organizzano l'esperienza mediale (Eugeni 2010; Hill 2019); in questo, uno sguardo teorico che resti profondamente ancorato alla ricerca fenomenologica orienta il lavoro sulla dimensione soggettiva, essenziale per circoscrivere le possibilità d'interazione che le pratiche on-demand configurano (Tryon 2017).

L'obiettivo dell'approccio analitico qui proposto è di restituire strumenti analitici pratici al dibattito generale sullo streaming in modo da confrontarsi non tanto con tipologie – spesso contingenti e restrittive –, bensì con tracciati strutturali che permettano efficaci descrizioni degli effetti di senso che traspaiono dalle pratiche che si consumano nelle diverse piattaforme protagoniste del mercato, arrivando a porre questioni di ordine etico a partire dalle prassi che si stanno consolidando.

Orizzonti mediali

L'ambito disciplinare che incontra gli interessi di questa proposta metodologica è quello dei *Film & Media Studies* in tre diversi livelli di stratificazione che interrogano tre diversi momenti della vita del prodotto mediale: gli studi linguistico-produttivi (più tradizionalmente identificati nei *Media Studies*), i rinnovati studi sulla distribuzione audiovisiva (*Distribution Studies*) e il campo di ricerca – dal forte stampo etnografico – dedicato all'evoluzione delle infrastrutture del digitale (*Platform Studies*); questa proposta analitica si pone trasversalmente a questi tre livelli di dibattito disciplinare, e ne riconosce e ne recupera gli oggetti di studio per interrogarli attraverso una lente teorica in grado di offrire un terreno comune di confronto e per cercare di far convergere i risultati di ambiti di ricerca molto spesso concordi dalla

lettura dei numeri, ma raramente omogenei nella lettura dei fenomeni che a questi numeri sono collegati.

Partendo dall'ambito dei *Media Studies*, le variazioni dei modi di produzione dei contenuti all'interno dell'ormai integrata logica della Convergenza (Jenkins 2014) portano a una ridefinizione dell'ampio campo che ne identifica il mercato: espandendo modelli di progettazione produttiva maturati nel solco dei contenuti televisivi (Mittell 2015; Di Chio 2017; Brembilla 2018), si apre la prospettiva di pensare il mercato dei media come un modello ecosistemico (Pescatore 2018; Hill 2019), dal forte impatto ambientale ed esperienziale. Sempre a partire dalle logiche della Convergenza – e da una crescente condizione definibile coerentemente "postmediale" (Eugeni 2015) – i *Distribution Studies* si interrogano oggi su configurazioni geografiche e ambientali della distribuzione dei prodotti, saltando spesso le distinzioni legate alla natura mediale del contenuto stesso (Curtin, Holt 2014; Lotz 2017; McDonald, Brannon Donoghue, Havens 2021). In questo, le caratteristiche tecniche delle infrastrutture indagate dai *Platform Studies* tracciano i percorsi materiali lungo cui i prodotti viaggiano e non viaggiano, in un reticolo di luoghi fisici accesi giorno e notte per permettere la fruizione di contenuti attraverso i portali (Parks, Starosielski 2015; Lobato 2020; Blum 2021) e per escludere pezzi di rete dal proprio campo di mercato (Lobato, Meese 2016).

Tutto questo ha come fine l'incontro tra un prodotto audiovisivo e uno spettatore, relazione che assume diverse valorizzazioni a seconda del soggetto che la osserva e la analizza: può essere una relazione economica, statistica, esperienziale, affettiva, ecc. Questo incontro presuppone però che si instauri una relazione, in primis tra la soggettività spettatoriale e la soggettività che veicola il contenuto, specialmente quando entra in gioco la dinamica dell'on-demand (Tryon 2017), dove il contenuto prima che fruito viene "scelto", solitamente all'interno di un catalogo vasto e diversificato. Saper osservare nel dettaglio le condizioni che sottendono la possibilità di quella scelta diventa la prerogativa essenziale per poter interpretare gli effetti di senso conseguenti alla fruizione.

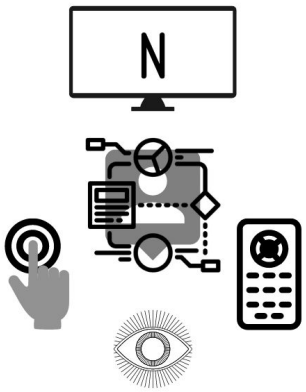
L'indagine etnosemiotica

A questo punto entra in gioco l'osservazione etnosemiotica (Marsciani 2007) che affianca a uno sguardo tradizionalmente etnografico gli strumenti di analisi della semiotica strutturale matura (Marsciani 2012; 2021) per ricavare, dallo studio di pratiche, luoghi e oggetti, dinamiche di formazione di senso assimilabili a quelle delle testualità; le piattaforme audiovisive di streaming rispondono a tutte e tre le tipologie, presentando pratiche di fruizione spesso "ritualizzate" (Coviello, Re 2020), articolandosi in "ambienti mediali" (Montani, Cecchi, Feyles 2018) e portando al proprio interno dei veri e propri "oggetti" – i prodotti audiovisivi – che possono essere analizzati autonomamente o diventare elementi valorizzanti dell'intero ambiente che li contiene (Di Chiara 2017).

A partire da queste caratteristiche che "testualizzano" le piattaforme streaming, possiamo riconoscere tre elementi – uno per categoria – che diventano il centro di analisi su cui poggiare le descrizioni degli effetti di senso che veicolano: per la dimensione delle pratiche, si considerano gli algoritmi di raccomandazione; per la dimensione dei luoghi, troviamo le interfacce; infine, per la dimensione degli oggetti, come già detto, si prenderà in considerazione il catalogo; questi tre elementi che vanno a definire i contorni dell'osservazione etnosemiotica delle piattaforme streaming hanno peso diverso a seconda del singolo portale che si va a interrogare, perciò il differente equilibrio tra i tre va a costituire differenti relazioni che il soggetto spettatoriale intrattiene con ogni singolo attore del mercato. I tre elementi rintracciati – interfaccia, algoritmo di raccomandazione e catalogo – ci permettono quindi di formalizzare la struttura soggiacente alla pratica dell'on-demand, di tracciare i contorni della soggettività spettatoriale coinvolta e di aprire la strada verso modelli di descrizione comparabili, omogenei e facilmente maneggiabili; il tutto per aprire quindi il discorso sull'uso dell'on-demand verso prospettive che muovono su diverse dimensioni profondamente etiche, come si traccerà alla fine di questo contributo.

La pratica dell'on-demand

Partendo dai tre elementi cardine dell'esperienza mediale on-demand, è possibile immaginare una strutturazione che preveda i punti nodali e significativi dell'interazione tra i soggetti coinvolti: dal lato della piattaforma viene posto, attraverso l'interfaccia, l'ambiente valorizzato e valorizzante in cui si consumano gli incontri coi prodotti; è qui che il catalogo diventa *immagine* tanto dell'interazione tra spettatore e piattaforma quanto del volto che il portale apporta nei confronti del suo utente, instaurando una "conversazione" che ha al suo centro la *proposta di* e la *propensione verso* i contenuti audiovisivi. Dal lato dell'utente abbiamo gli atti pragmatici di scelta, attraverso la materialità delle dita che toccano i prodotti prescelti (e ne vengono a loro volta toccate) (Lucatti 2016; 2022) e attraverso protesi del corpo, come i telecomandi o i mouse a seconda del dispositivo di visione utilizzato; con gli atti pragmatici, lo spettatore presenta la fondamentale dimensione scopica di visione che rappresenta la forma sensoriale d'elezione per definire la fruizione («Stai ancora guardando?» è infatti il messaggio di Netflix ai propri utenti che prolungano la loro fruizione dei contenuti per lungo tempo).



Tra la piattaforma e il suo utente si pone lo spesso discusso algoritmo (Avezzù 2017; 2018), che quantifica i comportamenti che si consumano nell'ambiente mediale, li interpreta e ne instrada gli effetti riconfigurando i contorni dell'esperienza stessa di fruizione: a seconda di come lo spettatore agisce con le sue componenti sensoriali (tocco e visione) l'algoritmo traduce verso la piattaforma che a sua volta recepisce e restituisce un'organizzazione di prodotti adeguata affinché il rapporto con l'utente si mantenga attivo. Il lavoro dell'algoritmo e i suoi risultati pragmatici tangibili attraverso la riconfigurazione dei prodotti, generano in trasparenza una figura *spettrale* (Derrida 1996) dello spettatore, fatta della materia di cui è fatto il suo consumo; questa figura spettrale diventa l'immagine della soggettività spettatoriale attraverso cui l'utente e la piattaforma si relazionano, risultato di un aggiustamento (Landowski 2010) dalla forte densità significante, il cui rischio maggiore è quello del reciproco fraintendimento.

Immagini della soggettività

Il soggetto spettatoriale appare quindi come un'immagine spettrale che è dotata di *corpo* nel momento in cui agisce nell'ambiente mediale (toccando e guardando) e la cui identità è composta dall'interazione di elementi derivati da quelli presi in considerazione dall'osservazione etnosemiotica; l'immagine della soggettività spettatoriale è infatti una sinergia tra i prodotti fruiti – nel contesto della piattaforma – con le relative azioni su essi compiuti, gli elementi identitari che questi portano con sé, le abitudini di fruizione degli altri utenti e i dati generati dall'insieme di tutte queste pratiche.

Partendo dai prodotti fruiti, l'accostamento sintagmatico delle scelte compiute dallo spettatore contribuisce a mettere in relazione i diversi titoli, creando possibili percorsi di visione all'interno del contesto stesso della piattaforma; è importante insistere su questo punto, poiché gli stessi prodotti fruiti all'interno di una piattaforma piuttosto che all'interno di un'altra, portano a diverse valorizzazioni e a conseguenze differenti sulla costruzione delle singole identità spettatoriali: fruire per esempio *The Office* (*Id.*, NBC, 2005-2013) su Netflix piuttosto che su Prime Video fa sì che la prima delle due piattaforme sia al corrente di questo consumo, mentre la seconda ne resta all'oscu-

ro; a parità di persona spettatoriale, la soggettività quindi si divide, differenziandosi e rendendo significativo il luogo virtuale in cui un dato contenuto viene scelto, consumato ed eventualmente valutato.

A ciò si aggiunge la dimensione identitaria della piattaforma stessa che pervade e valorizza il catalogo a prescindere dai titoli scelti. Gli elementi contenutistici che la piattaforma comunica all'esterno (personaggi, titoli, sequenze, loghi e immaginari) esplicitano la discorsività della piattaforma stessa prima ancora che vi si acceda, presupponendo una dimensione valoriale che sovrasta il catalogo stesso; questi elementi mutano col tempo, seguendo un'agenda di comunicazione e promozione che è segnata anche dai comportamenti degli utenti, questa volta tanto all'interno della singola piattaforma quanto nei confronti delle concorrenti del mercato: si tratta di un aggiornamento delle tradizionali strategie di controprogrammazione televisiva, ripensate all'interno di un contesto plurimediale e convergente (Barra 2022).

In questo, la soggettività dell'utente streaming non va ritenuta una soggettività solipsistica (Merleau-Ponty 2019, 106-107): alla sua continua riconfigurazione concorrono le pratiche e le scelte degli altri utenti,

che, fruendo prodotti nel macro ecosistema mediale dell'OTT, creano e consolidano connessioni tra prodotti, instradando continuamente percorsi di visione e materializzando immagini possibili di consumo; in alcune piattaforme questa presenza *altra* dalla forte incidenza etica (Lévinas 2019) all'interno dello spazio mediale, è esplicitata tramite marche deittiche chiare – le raccolte dei prodotti più visti, i consigli basati sulle scelte di altri utenti, ecc. –, ma queste sono solo la punta dell'iceberg di un'incidenza pervasiva dell'*altro* nel consumo streaming, tale da renderlo a tutti gli effetti un'esperienza implicitamente collettiva e, dal punto di vista teorico, fortemente "intersoggettiva".

Tutto questo risulta in una figura soggettiva – in uno *spettro* dello spettatore – che è tale nella misura in cui è misurabile, mappabile, reso significativamente denso da un ambiente mediale che risponde non semplicemente a una mera raccolta di dati di consumo, ma dalla trasformazione di ogni interazione in un atto fortemente etico di ricostruzione dell'ambiente stesso; come si cercherà di esplicitare poco più avanti, è questa dinamica di costruzione reciproca tra utente e piattaforma che permette di parlare di esperienza (inter)soggettiva nel contesto dello streaming, tale da materializzare una concezione di soggettivazione che appartiene a una trascendentalità diffusa e dinamica, condizione primaria della capacità stessa delle piattaforme di capitalizzarne l'estrema efficacia.

Descrivere la piattaforma

Un primo e concreto scopo dell'approccio etnosemiotico applicato alle piattaforme, si è detto, è quello di restituire all'analisi descrizioni efficaci e maneggevoli del funzionamento della significazione interna alle pratiche che la soggettività spettatoriale sopra descritta può consumarvi, individuando le peculiarità di ogni portale partendo proprio dagli scarti che intercorrono nel rapporto con l'utente. Affinché queste peculiarità si manifestino, però, vi sono alcune condizioni immanenti di funzionamento che permangono pressoché invariate – se non negli equilibri di incidenza contingenti caso per caso – permettendo di partire nella descrizione delle piattaforme da una metafora analitica e topologica (nonché curiosamente metadiscorsiva) che può verosimilmente comprendere tutte le casistiche. Parliamo qui di

un modello descrittivo definibile "della casa infestata", che pensa la homepage della piattaforma come l'interno di una (stereo)tipica dimora in cui entità invisibili agiscono all'insaputa di chi la esplora, lasciando traccia della loro presenza solo attraverso gli effetti che le loro azioni hanno sull'ambiente (rumori, porte che si aprono, mobili che si spostano, ecc.).

Questa casa metaforica è abitata da due tipologie di figure fantasmatiche, con funzioni ben precise assimilabili tanto alla duplice natura degli algoritmi di raccomandazione che sottendono la gestione dei contenuti (Lotz 2017; Vespignani, Rijtano 2019), quanto all'equilibrio tra interessi editoriali e personalizzazione dell'offerta (Avezzù 2017; 2018); queste figure prendono a loro volta nome da metaforici ectoplasmi la cui natura è strettamente legata alla funzione che acquisiscono nelle pratiche dello streaming. La prima tipologia di "infestante" è l'entità definita da Giorgio Avezzù (2018) come "Fantasma" e indica la presenza nascosta ma incidente degli interessi editoriali nell'organizzare come prioritari quei prodotti che sono ritenuti identitari e che la piattaforma insiste affinché siano fruiti, conosciuti, discussi, *scelti*, in modo da renderli parte del discorso generale interno e soprattutto esterno all'ecosistema dell'OTT; è la presenza del Fantasma ad avvicinare il mercato dello streaming al modello editoriale della televisione tradizionale (Barra 2022) e a far sì che, a prescindere dalle abitudini di consumo individuali dei singoli utenti, permanga quella sorta di isotopia identitaria che rende sempre riconoscibile la piattaforma. La seconda tipologia è il già descritto Spettro derridiano, uno per ogni profilo d'utente esistente e attivo nel macro-ambiente della piattaforma, in grado con la propria presenza di muovere gli elementi del catalogo, ovvero di riarredare le stanze di ogni altro utente, attraverso una rete intersoggettiva resa funzionale dal meccanismo algoritmico e plasticamente rappresentata dalla riorganizzazione continua dei contenuti; se di Fantasma ne esiste formalmente uno per piattaforma, di Spettri ne esistono tantissimi: una popolazione in crescita che non smette di muovere i tasselli di un arredo in costante divenire. A partire dal modello della casa infestata, che sostanzialmente permette di figurativizzare l'efficacia pragmatica delle azioni consumate all'interno delle piattaforme, si è quindi in grado di gettare le basi di descrizioni più raffinate caso per caso.

Si potrà così iniziare a tracciare un'ideale classificazione dei principali player del mercato dello streaming a partire dagli equilibri che gli elementi su cui poggia l'analisi etnosemiotica presentano all'interno delle pratiche di fruizione. Nel caso di Netflix (Gomez-Uribe, Hunt 2016; Lobato 2020; Hastings, Meyer 2020) troviamo la presenza di una fortissima linea editoriale che si riverbera dentro e fuori la piattaforma, una cruciale e quasi identitaria incidenza del sistema di raccomandazione (funzionale anche all'efficienza del consumo e della distribuzione dei prodotti) e un catalogo in continua variazione, con prodotti che entrano ed escono al fianco di quelli originali a marchio Netflix: ci troviamo qui di fronte a un modello "a boutique", in cui il consumo mediale è sartorialmente pensato intorno al proprio utente. Nel caso di Prime Video – servizio di video on-demand offerto ai clienti Amazon Prime – (Stone 2013; Di Chiara 2017; Smith, Linden 2017; Wayne 2018) l'utente è esplicitamente definito "cliente" e le raccomandazioni sono basate sulle scelte degli altri clienti, usate come mezzo per organizzare un vastissimo e fluttuante catalogo di cui è molto complicato dare una misura: il modello qui è quello del centro commerciale, in cui il servizio di Prime Video diventa una sorta di area specifica di un più vasto ipermercato cui è assimilabile l'intero ecosistema Amazon. Nel caso della più recente Disney+ (Wasko 2020; Villani 2021) la quasi impercettibile presenza delle raccomandazioni si affianca a un catalogo stabile, inscalfibile, in continua crescita per accumulo, organizzato in aree tematiche e per collezioni: l'esperienza dell'utente qui si avvicina fortemente a quella del visitatore di un parco a tema, circondato da attrazioni organizzate per isotopie locali e passibili di risemantizzazioni a seconda di eventi o contingenze particolari.

Queste descrizioni sono solo abbozzi su cui è possibile costruire analisi dettagliate del funzionamento di ogni piattaforma, rintracciando il ruolo che ognuna di esse occupa nel frastagliato mercato dello streaming in relazione con gli altri attori dell'ecosistema mediale. Attraverso queste descrizioni si mette in luce tanto l'identità di una OTT quanto la sua strategia di funzionamento, aprendo il discorso al confronto con i portali emergenti.

Conclusioni - Abitare l'on-demand

Arrivati in fondo a questa proposta analitica, si aprono alcune strade teoriche che pongono domande di natura strettamente fenomenologica, ma che allo stesso tempo hanno risvolti materiali riguardanti la sostenibilità del funzionamento dello streaming e la crescita del suo mercato attraverso il complicato compito di mantenere attiva la relazione con lo spettatore. Partendo dalla configurazione della soggettività spettatoriale, che, come si è tracciato sopra, traspare nell'incontro tra lo spettatore effettivo e l'ambiente mediale in cui è inserito, questa reca con sé una serie di scarti dall'incredibile potenziale significante: tra la totalità spettatoriale e quella che si consuma nel catalogo, tra il catalogo intero e la porzione proposta, tra ciò che è fruibile e ciò che appare sul punto di arrivare in piattaforma, ecc.; come suggerito da François Jullien (2020), sono questi scarti a mantenere attiva la relazione intersoggettiva tra due soggettività in incontro reciproco. Se a ciò aggiungiamo che le due soggettività si generano reciprocamente attraverso la relazione che Jullien stesso teorizza attraverso la sua definizione di "paesaggio" (2017), appare evidente che la gestione dello scarto diventa più che cruciale per le piattaforme nel momento in cui il loro modello di business si basa sulla reiterazione delle sottoscrizioni e sul mantenimento della fedeltà degli abbonati; si apre quindi un problema teorico non secondario nel momento in cui si va a cercare quel tanto di *inaudito* (Jullien 2021) in grado di aprire lo scarto sufficiente a mantenere l'incontro attivo. L'ambiente mediale deve darsi al suo spettatore in modo da essere familiare eppure sempre nuovo, con angoli da esplorare e nicchie riconoscibili, seppur mai identiche. Una sorta di modello seriale (Bernardelli 2016) interno alla piattaforma, che porti a un'esperienza discorsiva reciproca – non va dimenticato che anche la piattaforma è in continua riscoperta del proprio utente – che resta efficace finché lo scarto persiste senza chiudersi in perfetta conoscenza («Ho già visto tutto quello che mi interessa») e senza aprirsi in completo distacco («Non trovo mai nulla da vedere»). Trovare queste marche dell'inaudito diventa un compito aperto per un'indagine etnosemiotica votata all'approccio fenomenologico.

Un ultimo problema, non distante dalle questioni legate alla tenuta del mercato dello streaming, riguarda la sua sostenibilità in relazio-

ne all'effetto di reticolo intersoggetivo descritto poco sopra. Affinché vi possa essere una "dimensione etica interna" alla piattaforma, in cui ogni soggettività spettatoriale si trova a incidere sull'esperienza di fruizione delle altre soggettività implicate, e affinché l'esperienza mediale risulti fluida e quanto più naturale possibile, è necessaria l'esistenza di un'infrastruttura tecnica tanto più fitta quanto cresce la domanda di consumo (Blum 2013; Lobato 2020) che richiede di essere alimentata 24 ore su 24 (Consoli 2021): a prescindere dall'effettiva portata dell'impatto climatico che la sola esistenza delle piattaforme comporta (Stewart, Schien 2021), non va quindi dimenticato che, affinché possa darsi una "dimensione etica interna", va necessariamente considerata una "dimensione etica esterna", la cui effettiva sostenibilità diventa ogni giorno più difficile da quantificare.

È con questa riflessione che la proposta di un'analisi etnosemiotica che sia genuinamente "etno" vuole chiudersi, per ricordare che gli oggetti su cui si pone lo sguardo analitico, anche quando sono costrutti tecnologici, non si danno come asettici e distaccati dall'osservatore, ma chiedono di essere abitati e incidono sul mondo che li contiene (Merleau-Ponty 1989), imponendo all'analista uno sguardo ampio e sempre consapevole.

Bibliografia

Avezzù, G., "The Data Don't Speak for Themselves: The Humanity of VOD Recommender Systems", in *Cinéma & Cie*, vol. XVII, n. 29, 2017, pp. 51-66.

Avezzù, G., "I fantasmi nella macchina. Dati di comportamento e raccomandazioni personalizzate", in *Fata Morgana*, vol. XII, n. 36, 2018, pp. 85-100.

Barra, L., *La programmazione televisiva. Palinsesto e on demand*, Bari-Roma, Laterza, 2022.

Bernardelli, A., "Eco e le forme della narrazione seriale. Alcuni spunti per una discussione", in *Between*, vol. 11, 2016, pp. 1-11.

Bisoni, C., Innocenti, V., (a cura di), *Media mutations. Gli ecosistemi narrativi nello scenario mediale contemporaneo, spazi, modelli, usi sociali*, Modena, Mucchi, 2013.

Blum, A., *Tubi. Viaggio al centro di internet*, trad. di C. Veltri, Roma, Minimum Fax, 2021.

Brembilla, P., *It's all connected: l'evoluzione delle serie TV statunitensi*, Milano, Franco Angeli, 2018.

Consoli, M., "Nuovo cinema sostenibile", in *Wired*, vol. 11, n. 98, 2021.

Coviello, M., Re, V., "'Continua a guardare'. Strategie enunciative nelle piattaforme di video on demand", in *E|C Rivista dell'Associazione Italiana di Studi Semiotici*, vol. XIV, n. 30, 2020, pp. 176-189.

Curtin, M., Holt, J., (a cura di), *Distribution revolution: conversations about the digital future of film and television*, Oakland, University of California Press, 2014.

Derrida, J., *Spettri di Marx: stato del debito, lavoro del lutto e nuova Internazionale*, tra. di G. Chiurazzi, Milano, Raffaello Cortina, 1996.

Di Chiara, F., "Amazon in the OTT Jungle. Le strategie di valorizzazione del prodotto e selezione del pubblico degli Amazon

Studios", in Re, V., (a cura di), *Streaming media: distribuzione, circolazione, accesso*, Milano, Mimesis, 2017.

Di Chio, F., (a cura di), *Mediamorfosi 2. Industrie e immaginari dell'audiovisivo digitale*, Cologno Monzese (MI), RTI, 2017.

Eugeni, R., *Semiotica dei media. Le forme dell'esperienza*, Roma, Carocci, 2010.

Eugeni, R., *La condizione postmediale: media, linguaggi e narrazioni*, Brescia, La Scuola, 2015.

Gomez-Uribe, C.A., Hunt, N., "The Netflix Recommender System: Algorithms, Business Value, and Innovation", in *ACM Transactions on Management Information Systems*, vol. 6, n. 4, 2016, pp. 1-19.

Hastings, R., Meyer, E., *L'unica regola è che non ci sono regole: Netflix e la cultura della reinvenzione*, trad. di S. Caraffini, Milano, Garzanti, 2020.

Hill, A., *Esperienze mediali. Dalle serie tv al reality*, trad. di C. Veltri, Roma, Minimum Fax, 2019.

Jenkins, H., *Cultura convergente*, trad. di V. Susca, M. Papacchioli, Santarcangelo di Romagna (RN), Maggioli, 2014.

Jullien, F., *Vivere di paesaggio o l'impensato della ragione*, trad. di C. Tartarini, Milano-Udine, Mimesis, 2017.

Jullien, F., *L'apparizione dell'altro: lo scarto e l'incontro*, trad. di M. Guareschi, Milano, Feltrinelli, 2020.

Jullien, F., *L'inaudito. All'inizio della vita vera*, trad. di M. Guareschi, Milano, Feltrinelli, 2021.

Landowski, E., *Rischiare nelle interazioni*, Milano, Franco Angeli, 2010.

Lévinas, E., *Totalità e infinito: saggio sull'esteriorità*, trad. di A. Dell'Asta, Milano, Jaca Book, 2019.

Lobato, R., *Netflix nations: geografia della distribuzione digitale*, trad. di C. Veltri, Roma, Minimum Fax, 2020.

Lobato, R., Meese, J., *Geoblocking and global video culture*, Amsterdam, Institute of Network Cultures, 2016.

Lotz, A.D., *Portals: a treatise on internet-distributed television*, Ann Arbor, Maize Books, 2017.

Lucatti, E., "Il gesto e l'azione. Proposte semiotiche per una fondazione fenomenologica dell'epigenesi strutturale", in Amoroso, P., De Fazio, G., Giannini, R., Lucatti, E., (a cura di), *Corpo, linguaggio e senso tra semiotica e filosofia*, Bologna, Esculapio, 2016, pp. 79-131.

Lucatti, E., *Di foglie, aria ed espressione*, Bologna, Esculapio, 2022.

Marsciani, F., *Tracciati di etnosemiotica*, Milano, Franco Angeli, 2007.

Marsciani, F., *Ricerche Semiotiche I: il tema trascendentale*, Bologna, Esculapio, 2012.

Marsciani, F., (a cura di), *Un etnosemiologo nel museo*, Bologna, Esculapio, 2021.

McDonald, P., Brannon Donoghue, C., Havens, T., (a cura di), *Digital media distribution: portals, platforms, pipelines*, New York, New York University Press, 2021.

Merleau-Ponty, M., *L'occhio e lo spirito*, trad. di A. Sordini, Milano, SE, 1989.

Merleau-Ponty, M., *Fenomenologia della percezione*, trad. di A. Bonomi, Milano, Bompiani, 2019.

Mittell, J., *Complex TV: the poetics of contemporary television storytelling*, New York, New York University Press, 2015.

Montani, P., Cecchi, D., Feyles, M., (a cura di), *Ambienti mediali*, Milano, Meltemi, 2018.

Parks, L., Starosielski, N., (a cura di), *Signal traffic: critical studies of media infrastructures*, Urbana, University of Illinois Press, 2015.

Pescatore, G., (a cura di), *Ecosistemi narrativi: dal fumetto alle serie tv*, Roma, Carocci, 2018.

Re, V., (a cura di), *Streaming media: distribuzione, circolazione, accesso*, Milano, Mimesis, 2017.

Smith, B., Linden, G., "Two Decades of Recommender Systems at Amazon.com", in *IEEE Internet Computing*, vol. 21, n. 3, 2017, pp. 12-18.

Stone, B.L., *Vendere tutto: Jeff Bezos e l'era di Amazon*, trad. di I. Katerinov, Milano, Hoepli, 2013.

Tryon, C., *Cultura on demand: distribuzione digitale e futuro dei film*, trad. di N. Mataldi, Roma, Minimum Fax, 2017.

Vespignani, A., Rijtano, R., *L'algoritmo e l'oracolo: come la scienza predice il futuro e ci aiuta a cambiarlo*, Milano, Il Saggiatore, 2019.

Villani, N., "La piattaforma delle meraviglie - Disney+ e l'esperienza mediale come parco a tema", in Bandirali L., Floris A., Gargiulo M., (a cura di), atti del convegno *Forme della spazialità* tenutosi a Bergen il 25 e 26 agosto 2021, in corso di pubblicazione.

Wasko, J., *Understanding Disney: the manufacture of fantasy*, Cambridge, UK, Polity Press, 2020.

Wayne, M.L., "Netflix, Amazon, and branded television content in subscription video on-demand portals", in *Media, Culture & Society*, vol. 40, n. 5, 2018, pp. 725-741.

Sitografia

Schien, D., Stewart, E., *Il reale impatto climatico dello streaming video*, in https://about.netflix.com/it/news/the-true-climate-impact-of-streaming?fbclid=IwAR3NI7CRsQeE-amim5BRky-VYCTeTpLVTClD4ne5tBdy9RRpAooYKy3CYIjI (ultimo accesso 30/04/2023).

III. Narrazioni comparate

Realtà sottovalutate: realismo, neorealismo e realtà tra teatro, cinema e media

Alessio Arena

Il concetto di immaginario induce studiosi, teorici e artisti a riflettere sul ruolo del realismo nel teatro, nella televisione e nel cinema contemporanei. La relazione tra finzione e realtà può essere scandagliata, approfittando di un'analisi storica delle fonti e delle opere contemporanee, a partire dagli autori, capocomici e attori dell'Ottocento, come Ernesto Rossi, Tommaso Salvini, Adelaide Ristori, Eleonora Duse e Anton echov, passando per i grandi protagonisti del teatro e del cinema del Novecento, come Luigi Pirandello, Luchino Visconti, Pier Paolo Pasolini, Vittorio De Sica e Federico Fellini, fino al contributo di autori, registi e artisti oggi attivi in ambito teatrale, cinematografico e televisivo. Far riferimento, inoltre, anche alle produzioni destinate unicamente alla televisione e alle piattaforme *streaming*, consente di evidenziare come si continui ad adottare approcci realistici anche nel caso di generi artistici apparentemente lontani dalla rappresentazione fedele della realtà.

Il cinema neorealista di Roberto Rossellini, Vittorio De Sica e soprattutto Luchino Visconti fu tra i primi a immortalare una pagina di Storia con fedeltà e assoluta aderenza alla realtà. L'Italia usciva dalla tragedia della Seconda Guerra Mondiale e dagli orrori dei crimini nazifascisti (Farassino 2020). I registi di quella generazione ritennero fondamentale, attraverso le loro opere filmiche, fornire una testimonianza senza filtri del disastro provocato dal conflitto mondiale. Per tale ragione, infatti, i film furono spesso girati in aree distrutte dalla guerra e le vicende venivano ambientate nel recentissimo passato, avendo cura di non rinunciare alla crudezza e alla disperazione che aveva segnato il triste momento storico appena concluso. Rivivere un passato devastante senza filtri, con il rigore della verità, può spesso

costituire uno strumento efficace per dare un senso al dolore subito e trovare in esso un nuovo punto di partenza.

Approfondendo il riferimento al realismo, è necessario evidenziare le similitudini tra il *modus operandi* dei cineasti del neorealismo e i modelli adottati dal drammaturgo russo Anton Čechov, che applicava sistematicamente alla propria arte l'esperienza della sua professione di medico. Come sottolinea Fausto Malcovati:

> Anton privilegia la diagnosi non la terapia, l'impostazione del problema, non la soluzione. Lo scrittore deve dare un quadro, il più possibile obiettivo, della realtà, del personaggio, della vicenda presa in esame: prediche, messaggi, prospettive lontane non fanno parte del suo mestiere (Malcovati 2000, XII-XIII).

Lo stesso Čechov ha approfondito lungamente l'aspetto della funzione del narratore e della relazione che questi intrattiene con l'obiettività della messa in scena, giungendo alle stesse conclusioni a cui sarebbero arrivati successivamente Osborne e i suoi affini (Arena 2018a, 78). A questo proposito, Čechov scrisse in risposta all'amico Suvorin che non condivideva la scelta dell'autore di astenersi dal condannare fermamente il comportamento delittuoso dei ladri protagonisti di un suo racconto:

> Voi mi rimproverate l'obiettività, chiamandola indifferenza verso il bene e il male o mancanza di ideali. Vorreste che quando dipingo i ladri di cavalli dicessi: è male rubare i cavalli! Ma lo sanno tutti da molto tempo, senza che debba dirlo io. Questo è affare dei giudici, il mio lavoro consiste nello spiegare che cosa essi sono. Nello scrivere mi affido al lettore, sperando che egli inserisca da solo gli elementi soggettivi (Malcovati 2000, XIII).

Sulle medesime considerazioni si svolge la narrazione degli "arrabbiati". Osborne non espresse alcun giudizio di merito sull'adulterio o sulla violenza, anzi, generalmente scelse di non esprimere valutazioni morali, lasciando al proprio pubblico libertà di opinione, inserendola nella narrazione e completando, in tal modo, l'operazione culturale che egli aveva avviato (Arena 2018a, 78).

Anche Visconti riconobbe a Čechov il merito di aver raccontato la realtà senza ricorrere a inutili spiegazioni. Come sottolinea Anna Sica:

> Visconti believed that all distinctive works of art were inherently ideological, though he preferred art in which ideology was sufficient-

> ly integrated to be tangible without being intrusive. He considered Chekhov to be an eminently ideological writer whose portraits of a vanishing world in crisis did not require explanation through 'declaration and programmes' (Sica 2008a, 363-378).

Čechov rappresentò il disagio che affliggeva gli uomini del suo tempo, immersi in un momento storico turbolento, che avrebbe influenzato in maniera sostanziale il futuro del suo Paese (Sica 2008b, 191-205). Alla distanza geografica, culturale e temporale, si contrappone un elemento fondamentale che accomuna questi autori: vissero in epoche di profonda trasformazione sociale e politica ed ebbero la capacità di mostrarsi al loro pubblico non soltanto come attenti osservatori della realtà del tempo ma anche, come insegnava Antonio Gramsci (1975), come intellettuali, protagonisti dell'irreversibile cambiamento (Arena 2018a, 78).

Come anticipato, Luchino Visconti svolse un ruolo fondamentale riguardo alla ricezione e alla rielaborazione dei dettami della tradizione del grande teatro italiano, facendo del realismo il proprio elemento caratterizzante, sia in teatro sia al cinema. Da regista teatrale fu un innovatore, escludendo alcuni elementi storicamente irrinunciabili in scena, che egli riteneva invece superflui, come per esempio la figura del suggeritore, che bandì dalle sue messe in scena, oppure la ferrea assegnazione dei ruoli nella compagnia, al cui vertice vi erano le figure del primo attore e della prima attrice. Visconti, infatti, assegnava i ruoli senza curarsi delle gerarchie consolidate all'interno delle singole compagnie che avrebbe diretto, provocando frequenti malumori tra gli attori. Uno degli aspetti più caratteristici del metodo di Visconti riguarda il lungo lavoro preparatorio che era solito svolgere con gli attori sul copione, a cui gli altri registi dedicavano poco tempo. Imponeva agli attori di non studiare autonomamente il testo, tale attività veniva invece svolta durante numerose riunioni, a cui partecipava tutto il *cast*. Secondo Visconti, se l'attore avesse imparato il testo a memoria, senza la guida del regista, avrebbe consolidato degli errori irrisolvibili, con conseguenze deleterie sulla qualità della recitazione. Secondo il suo metodo, invece, attraverso lunghe sedute di lettura, il regista aveva la possibilità di studiare in maniera approfondita la psicologia dei suoi attori, permeandone la mente e partecipando in maniera attiva ai processi di memorizzazione, al fine di adattare alla perfezione, a ognuno di essi, il personaggio assegnato. Per tale

ragione, alla fine di questa prima, complessa sessione di lavoro, tutti gli attori conoscevano perfettamente non soltanto le proprie battute, ma l'intero copione. Questa metodologia rappresentava un passaggio imprescindibile per il regista, noto per il perfezionismo estremo con cui curava ogni singolo aspetto della messa in scena. Tutti i dettagli del testo dovevano trovare massima espressione nella messa in scena, anche attraverso scenografie quasi del tutto realiste (Arena 2018b, 133). A questo proposito, Visconti dichiarò (Ivi, 133-134):

> Più che un lavoro d'invenzione, da principio il nostro fu un lavoro di ripulitura. Bisognava mettere in ordine sul palcoscenico, imporre una disciplina di tipo nuovo agli attori, e dare allo spettacolo una precisa impronta di verità. Per questa stessa esigenza, in quegli anni, il cinema ebbe una stagione straordinariamente vitale. Ed era abbastanza logico che anche il teatro, respirando l'aria di quel momento, sentisse il bisogno di una maggiore autenticità. Occorreva eliminare il pressapochismo, esigere che la buona recitazione non fosse limitata ai principali attori, togliere dalla scena i fondali ondeggianti e da tutto lo spettacolo il vecchio vizio dell'improvvisazione. Per ottenere tutto questo, su un palcoscenico che era pieno di pessime abitudini, bisognava imporsi con una certa inflessibilità, e pretendere anche quello che sembrava inutile o eccessivo. Fin da principio io fui convinto che anche gli attori più dotati avessero bisogno, per recitare in questo teatro nuovo, di avere intorno un'atmosfera di autenticità. Da principio la cura che mettevo nella messinscena suscitò molte perplessità, forse anche molte ironie, ma gli attori più intelligenti capirono cosa significasse quella mia pretesa di avere sulla scena cose vere, precise, esatte. Fu così che nacque, sul mio conto, la leggenda del regista incontentabile, terrore degli impresari e dei padroni di teatro. Sulla cura che io mettevo nell'allestimento di uno spettacolo c'è tutta una divertente ma falsa aneddotica. Quel matto di Visconti, si diceva, vuole i gioielli veri di Cartier, vuole i rubinetti che buttano acqua vera, vuole vero profumo francese dentro i flaconi appoggiati sul tavolo da toilette, vuole lini di Fiandra sui letti. [1]

E questa «precisa impronta di verità» è l'elemento che pone in stretta relazione il metodo di Visconti con il realismo del drammaturgo russo Anton Čechov (Sica 2008a, 363-378). Per tale motivo sono

[1] Da "Luchino Visconti regista teatrale: note storiche e analisi critiche di Marcella Persichetti", cit. in Arena 2018b, 133-134.

rimaste memorabili le messe in scena delle opere cecoviane, di cui Luchino Visconti curò la regia.

Facendo un passo indietro, è importante mettere in evidenza in che modo il teatro italiano sia riuscito a risorgere, dopo la censura imposta dal regime fascista e al termine degli eventi che caratterizzarono la Seconda Guerra Mondiale. Molti studiosi del teatro hanno individuato nelle opere di Luigi Pirandello gli elementi su cui si fonda la prosecuzione della grande storia del teatro italiano. Pirandello elaborò sapientemente riflessioni e spunti di matrice filosofica, concentrando la sua attenzione sullo studio dell'animo umano. Pur non distaccandosi in maniera netta dalla tradizione immediatamente precedente, nella drammaturgia pirandelliana prevalgono elementi fortemente innovativi, che scaturiscono da una costante, rivoluzionaria sperimentazione.

L'epoca ipercontemporanea continua a manifestare un'esigenza di realismo, apparentemente contrapposta al sempre crescente interesse verso narrazioni ambientate in mondi fantastici e distanti dal nostro. Da una parte, dunque, lo spettatore cerca nei nuovi prodotti audiovisivi, anche esteticamente, riferimenti, aderenza e fedeltà al mondo reale; dall'altro, soprattutto nel caso del pubblico più giovane, mostra di apprezzare il realismo messo al servizio della creazione di mondi altri, di varchi su dimensioni parallele. A tale esigenza rispondono sia la corposa offerta di nuove produzioni cinematografiche, sia le produzioni destinate unicamente alla televisione, nello specifico alle piattaforme streaming. La riflessione intorno alla produzione di questi contenuti e il tema del realismo si incrociano naturalmente con lo studio delle molteplici possibilità offerte dalle nuove tecnologie nell'ambito della computer grafica e degli effetti speciali. Fino alla rivoluzione digitale prodotta dal film *Jurassic Park* (1993) di Steven Spielberg, infatti, il cinema utilizzava soprattutto *animatronics*, ovvero robot, realizzati da veri e propri artigiani come Carlo Rambaldi e il gruppo "Makinarium", ai quali è stata dedicata la mostra *La meccanica dei mostri: da Carlo Rambaldi a Makinarium*, tenutasi a Roma nel 2019 a Palazzo delle Esposizioni. Di recente, però, produzioni di argomento fantascientifico, tra le quali alcune della Disney come la serie televisiva *The Mandalorian*, ma anche film come *Il racconto dei racconti* (2015) di Matteo Garrone, sono tornate ad affidarsi alle tecnologie analogiche, operando un'accorta e saggia commistione con

la grafica digitale. Il risultato è un giusto compromesso, capace di conferire realismo a creazioni fantastiche, soddisfacendo la richiesta degli spettatori contemporanei di essere proiettati in mondi irreali in cui cercare una realtà più reale della propria.

Bibliografia

Arena, A., "Il teatro di John Osborne e i «giovani arrabbiati»: desiderio, noia e nichilismo", ne *Le nuove frontiere della scuola*, n. 47, giugno 2018, pp. 74-79.

Arena, A., "Da Visconti a Strehler, a Fo: la competenza come metodo nel teatro italiano del secondo Novecento", ne *Le nuove frontiere della scuola*, n. 48, ottobre 2018, pp. 132-137.

Farassino, A., *Neorealismo: cinema italiano 1945-49*, Imola, Cue Press, 2020.

Gramsci, A., *Quaderni del carcere*, a cura di Gerratana, V., Torino, Einaudi, 1975.

Malcovati, F., "Introduzione", in Anton Čechov, *Racconti* (Milano, 1975), 2 voll., trad. di E. Lo Gatto, L. Celani, C. Del Vecchio, C. Muschio, E. Reggio, M. Shkirmantova, S. Vitale, Milano, Garzanti, 2000, pp. XII-XIII.

Sica, A., "Chekhov's Poetic and Social Realism on the Italian Stage, 1924–1964", in *New Theatre Quarterly, 24* (4), 2008, pp. 363-378.

Sica, A., "Chekhov's Poetic and Social Realism: Communication beyond Classification", in *Culturalstudies.it. Quaderno del dottorato in Studi Culturali, rappresentazione e performance*, vol. 1, Palermo, Duepunti edizioni, 2008, pp. 191-205.

Tra traducibilità e intermedialità. Il *case study* Zerocalcare

Virginia Di Bari

Introduzione

Proposta e motivazioni

Il mondo dei fumetti e della cultura popolare o di massa, spesso trascurato, ha sicuramente degli interpreti simbolici in campo filosofico, pensiamo a Umberto Eco (1997), tra i primi teorici a proporre considerazioni semiotico-critiche sui media. In questa corrente, il presente saggio propone un focus su un prodotto mediale contemporaneo: *La profezia dell'armadillo* di Zerocalcare, utilizzato come *case study*. Il punto di vista adoperato sarà quello filosofico e degli studi di cultura visuale, volto a indagare le relazioni tra testo e immagine.

Analizzando *La profezia dell'armadillo* a partire dalle diverse forme espressive in cui si è incarnata, *graphic novel*, film o serie tv, si proporrà un'indagine comparativa tra i vari media adoperati come dispositivi di narrazione per immagini, per mostrare come uno stesso prodotto mediale abbia assunto una propria specificità a seconda del medium adottato. L'occasione di questo contributo è la celebrazione dell'anniversario dei dieci anni dalla nascita di questo oggetto iconico.

Di cosa parliamo quando parliamo de *La profezia dell'armadillo*

Prima di addentrarci nelle riflessioni, è importante ricordare le diverse forme che hanno fornito un supporto all'opera. Partendo dal *graphic novel*, queste sono le edizioni principali:

- *La profezia dell'armadillo*, Edizioni Graficart, 2011;
- *La profezia dell'armadillo - Colore 8 bit*, BAO Publishing, 2012;
- *La profezia dell'armadillo. Artist edition*, BAO Publishing, 2017.

In breve tempo *La profezia dell'armadillo* riscuote un grande successo di pubblico, tanto che l'edizione del 2017 viene ristampata per cinque volte, arrivando nel 2021 a 200.000 copie vendute. *La profezia dell'armadillo* segna quindi un traguardo importante per il mondo del fumetto, che con Zerocalcare inizia ad acquisire sempre maggiore spazio e autorevolezza, nella sua accezione di romanzo grafico o *graphic novel*. A testimonianza del rinnovato interesse, la prima edizione Graficart, ormai di difficile reperibilità, vede sul commercio online valori da capogiro persino per i collezionisti più appassionati. Un dato interessante è che l'ultima versione viene continuamente aggiornata e accresciuta di nuovi contenuti inediti. Ciò dimostra che, come mostreremo in seguito, il racconto assume le forme di un'autobiografia fittizia dell'autore.

La versione cinematografica de *La profezia dell'armadillo* è invece più tarda, del 2018. La regia è affidata a Emanuele Scaringi. Nella sceneggiatura ritroviamo lo stesso autore, Michele Rech "Zerocalcare", Oscar Glioti, Valerio Mastandrea [1] e Johnny Palomba. L'attore interprete di Zerocalcare è Simone Liberati; la casa di produzione è Fandango, Rai Cinema.

Nel Novembre 2021, fa inoltre il suo debutto su Netflix la serie tv *Strappare lungo i bordi*, firmata dallo stesso autore. Si tratta di una serie di 6 episodi, scritta e diretta da Zerocalcare. Definita dallo stesso come microfilm, o "film lungo", consta di episodi a puntate auto-conclusivi della durata media di 15/20 minuti, per un totale di 90 minuti. Nonostante il titolo sia diverso da *La Profezia dell'armadillo*, nei paragrafi successivi proveremo a chiarire le ragioni per le quali il confronto tra questi prodotti mediali è giustificato.

[1] Mastandrea, tre anni dopo, torna ad avere un ruolo chiave nella serie tv *Strappare lungo i bordi*, come doppiatore dell'armadillo.

Chi è Zerocalcare

Michele Rech in arte Zerocalcare, classe 1983, nasce ad Arezzo ma vive e si identifica con Rebibbia: un quartiere della periferia di Roma, fermata capolinea della metro B. Legato alla scena underground e dei centri sociali, dove inizia a disegnare le prime locandine, Zerocalcare si fa portavoce della generazione degli anni Novanta, cresciuta tra precariato e Rete, tra il G8 di Genova e i cartoni animati che passavano in televisione.

Nell'Ottobre 2011 viene pubblicato il primo albo a fumetti di Zerocalcare intitolato *La profezia dell'armadillo*, prodotto dal disegnatore Makkox, e, come già osservato, oggi di assai difficile reperibilità e con un valore di mercato molto elevato.

Nel Novembre 2011 avvia un blog a fumetti, *zerocalcare.it*, in cui pubblica brevi racconti a sfondo autobiografico. È interessante osservare in questa fase preliminare come la prima esperienza di lettura di queste tavole, che poi comporranno alcuni dei suoi *graphic novel* più celebri, sia stata digitale, simile a quella di un formato e-book piuttosto che quella del classico fumetto cartaceo.

Alla fine del 2019 i suoi libri raggiungono il traguardo del milione di copie vendute (Bernasconi 2019), aprendo sempre più le porte al *graphic novel* in Italia. Infatti, quello che oggi è riconosciuto come un fenomeno popolare, agli esordi era di nicchia. Anche il bacino di utenza di Zerocalcare si è radicalmente modificato negli anni: alle origini il pubblico che leggeva le sue opere era costituito dai soli appassionati di fumetti, diversamente oggi i suoi lavori vengono letti e sono conosciuti da giovani e adulti che in precedenza non si erano mai approcciati al mondo dei romanzi grafici. Ad ulteriore testimonianza di questo successo, si veda la mostra *Zerocalcare. Dopo il botto*, ospitata dal 7 dicembre 2022 al 23 aprile 2023 negli spazi della Fabbrica del Vapore a Milano. Qui sono state esposte oltre 500 tavole originali, video, bozzetti, illustrazioni e un'opera site specific per approfondire e fare conoscere meglio lo storico del fumettista al grande pubblico.

Le principali ragioni di questa sua popolarità, oltre che nella prosa scorrevole e ironica, sono da rintracciarsi nel rapporto privilegiato che l'autore ha sempre intrattenuto con il pubblico: dall'utilizzo dei social network, ai "disegnetti" autografati alle fiere del libro, fino alle

partecipazioni a programmi come *Propaganda Live* su La7 e *Fahrenheit* di Radio 3 Rai. Scrive inoltre per *Internazionale*, *la Repubblica* e *L'Espresso* ed è stato finalista del premio Strega. Oltre a ciò, nel 2020, durante il periodo della pandemia, ha iniziato a sperimentare con il linguaggio video, facendosi conoscere attraverso la serie di 9 corti animati, *Rebibbia Quarantine.* È proprio da questa esperienza positiva che nascerà l'idea di fare una serie animata.

Teoria

Immagini, sguardi, media e dispositivi

Con il lavoro di Zerocalcare, stiamo assistendo a un successo di pubblico e a un bacino di utenza sempre più ampio; fatto non trascurabile, perché impegna a interrogarsi sulla traducibilità dei concetti nei diversi media, e sulle proprietà dei linguaggi espressivi. La comunicazione attraverso supporti e dispositivi differenti crea infatti risultati e utenti differenti. Chiariamo allora che cosa intendiamo con i concetti di "medium" e "dispositivo".

Il medium viene a definirsi come "l'atmosfera", l'ambiente espressivo entro cui un certo contenuto prende forma e in cui ha luogo l'esperienza sensibile.

D'altro lato invece, i dispositivi sono tutto ciò che concorre a *disporre nello spazio* l'immagine stessa e a organizzare il suo rapporto con lo spettatore, configurandone in qualche modo lo sguardo:

> Esempi come quelli della cornice e della sala cinematografica mostrano chiaramente come ogni dispositivo abbia una dimensione al tempo stesso *materiale-spaziale* e *mentale*: è l'insieme di quegli elementi tecnico-materiali che dispongono e organizzano nello spazio, [...] la relazione tra le immagini e lo spettatore, e che così facendo contribuiscono a configurare il modo in cui le immagini vengono recepite (Pinotti, Somaini 2016, 23).

Capiamo allora l'importanza di differenziare la fruizione del fumetto in formato cartaceo o digitale, fare attenzione alla sua colorazione, e capire le specificità di questo, rispetto al prodotto seriale o cinematografico. Inoltre, è da ricordare che anche la reperibilità è

importante per la fortuna editoriale di un prodotto mediale. Bisogna infatti tenere in conto sia la possibilità di accesso online attraverso piattaforme streaming come Netflix o Prime Video, che possono non essere accessibili a tutti, sia la possibilità di trasmissione alla televisione, al cinema o a teatro.

Relazione tra parole e immagini

Nella lettura di un fumetto, le immagini sono fondamentali per l'armonia del testo, che si determina attraverso il contesto di sfondo: si parla in questo caso di composizione verbo-visiva. A seconda che le immagini siano fisse o in movimento, le parole possono assumere la forma di voce o di testo scritto. Per questo è importante sottolineare le differenze che intercorrono tra i diversi media. Nel fumetto, ad esempio, la relazione tra testo e immagini coinvolge il lettore in una fruizione attiva: la lettura, cioè, avviene nella mente. Nelle serie animate o nei film invece, la relazione tra testo e immagine è mediata dalla voce, e si fa interprete di una relazione passiva. Il fruitore ascolta il testo che si fa voce: la fruizione è quindi derivata dall'esterno.

Se il testo si fa voce, interna o esterna, mentale o fuori campo, allora la parola acquisisce un ruolo centrale, divenendo la cifra della nostra riflessione. Nel fumetto, infatti, le voci le diamo noi: fruendo un testo, ciascun lettore gli affida il tono, il timbro e il ritmo che desidera. Nelle serie tv, invece, queste caratteristiche sono date, imposte e comuni per tutti. Per questa ragione, lavorare prestando particolare attenzione alla voce come ha fatto Zerocalcare nella sua serie tv, risulterà un punto di forza e di successo, contribuendo a evidenziare specificità e potenzialità del medium.

Dall'altra parte, anche le immagini e gli sguardi non sono trascurabili nella trasposizione di una storia da un medium all'altro. Il testo ha infatti un suo carattere grafico proprio, un'identità e un'unicità che deve essere rispettata e non può essere tradita. Nel riadattare il fumetto nella sua versione cinematografica, ad esempio, cambiare il segno del disegno come viene fatto nell'animazione che apre e chiude il film di Scaringi, o ancora modificare il timbro di voce, ha il grave rischio di incorrere nella rottura del patto narrativo. Questi due aspetti, come vedremo, avranno un ruolo decisivo nella riuscita del prodotto

seriale, mostrando invece i limiti della versione cinematografica. Tradurre una storia in un altro medium, infatti, non significa creare una rappresentazione fedele della versione originale, quanto piuttosto rimanere fedeli allo specifico: il testo, la parola.

Il problema del referente e la violazione del patto narrativo

Uno dei problemi principali che emerge dall'analisi delle opere di Zerocalcare è quello del referente reale. Punto di partenza di questa riflessione è che Zerocalcare non solo è autore, ma anche protagonista dei suoi lavori e oggi noto personaggio pubblico. Questo crea nel fruitore un'aspettativa e una linea di continuità tra realtà e immaginazione, che lo porta a stipulare un tacito accordo con l'autore. «Il patto narrativo è un accordo per cui il lettore compie una parziale e momentanea sospensione delle facoltà critiche e accetta come se fosse vera una storia che sa, in larga e diversa misura, una storia fittizia» (Grosser 1985, 25).

Trasporre la medesima storia in linguaggi visivi diversi crea però numerosi problemi. Non si può infatti prescindere dal fatto che *La profezia dell'armadillo* nasca in primo luogo come fumetto, e che i personaggi abbiano quindi uno statuto di realtà prettamente immaginario e non reale. Per questa ragione, possiamo affermare che nella versione cinematografica de *La profezia dell'armadillo,* definita come un esperimento e un primo approccio al medium visivo, viene violato apertamente il patto narrativo. Lo spettatore, infatti, non riesce a esercitare nel codice cinematografico la sospensione dell'incredulità. Per tutto il tempo della visione, rimane consapevole di guardare qualcosa di non reale, e quindi non riesce a provare emozione e a empatizzare con la storia.

Confronto tra media: *graphic novel* e serie tv

Strappare lungo i bordi e *La profezia dell'armadillo*: un confronto giustificato?

La serie tv *Strappare lungo i bordi* è stata definita un déjà vu de *La profezia dell'armadillo*. A causa di queste polemiche, l'autore si è trovato costretto a replicare, differenziando le due opere:

> In tanti vivranno *Strappare lungo i bordi* come un reboot. Invece parliamo di due avvenimenti differenti nella mia vita e pertanto di due persone assai diverse. Nella Profezia dell'armadillo ero molto ancorato alla realtà, qui è presente una dose di fantasia: il personaggio di Alice non è quello di Camille (Canorro 2021).

Se pur è vero che nel fumetto il personaggio centrale è Camille mentre nella serie tv si chiama Alice, e che il viaggio non è più verso la Francia ma verso Biella, tuttavia, nonostante il tentativo di separare le due opere, sono talmente numerosi i punti di contatto che chiunque abbia una conoscenza pregressa di Zerocalcare, non può evitare di sovrapporle. I due avvenimenti diversi, infatti, hanno lo stesso tema comune: trattano entrambi della morte di un'amica cara. Di inadeguatezza e ricerca di leggerezza, occasioni mancate, non detti, incompiutezza, solitudine, insicurezza e scissione. Centrale è inoltre il tema della precarietà dell'esistenza umana, in costante bilico tra la soddisfazione personale e l'uniformità ai canoni e agli stereotipi che la società moderna ci impone, della ricerca di un equilibrio a volte impossibile tra pubblico e privato.

Questa ripresa tematica ci dice anche qualcosa in più: quella di Zerocalcare è una riscrittura autobiografica aperta e continuativa. E questo si evidenzia non solo nell'ampia produzione di fumetti, ma soprattutto nello spazio che separa *La profezia dell'armadillo*, come suo primo *graphic novel*, dalla sua ultima serie tv *Strappare lungo i bordi*. Pensiamo infatti che stiamo parlando di uno Zerocalcare ormai maturo, che a quarant'anni ancora decide di tornare a confrontarsi con i primi turbamenti e irrisolti che hanno avuto origine nel mondo dell'infanzia, mettendone in luce il chiaro aspetto malinconico di fondo. Nel corso dell'articolo proveremo a tematizzare e analizzare alcuni di questi temi comuni per osservare come vengono messi in scena, descritti e narrati nei diversi media.

Struttura

Il confronto tra il *graphic novel* e la serie tv, è in primo luogo giustificato dalla struttura dell'opera, che è la medesima. Infatti, lo scheletro e la struttura narrativa della serie tv sono gli stessi del fumetto: costruite a mosaico, le rispettive strutture narrative si diramano a

partire da storielle più piccole che possono essere lette anche individualmente, fino a comporne una più grande che offre una visione d'insieme. È proprio Zerocalcare il primo ad ammettere questa ispirazione introducendo un parallelismo tra fumetto e serie tv:

> Nel momento in cui mi sono trovato a scrivere, mi rendevo conto di tutta una serie di paletti che avevo rispetto alla gestione di un formato narrativo lungo. Con *Rebibbia quarantine* mi sono misurato un po' con quella tipologia di ritmo e dunque ho pensato: facciamo come ho fatto coi fumetti, questa prima storia tentiamo di narrarla a blocchetti precisamente come fu per l'armadillo (Canorro 2021).

Strappare lungo i bordi non è *La profezia dell'armadillo* nel senso che non ne è un riadattamento fedele in termini di contenuti, quanto piuttosto una rielaborazione. Zerocalcare ha capito che l'unico modo per ri-mettere in scena l'armadillo, era riadattarlo a una rilettura più matura, in chiave adulta, esercitando una criticità e proponendo così nuovi sguardi e prospettive. Su questa linea si inserisce anche l'introduzione all'ultima edizione d'artista del *graphic novel* (2017).

Non soltanto lo scheletro e la struttura narrativa, ma anche le metafore visive usate per tradurre i concetti sono un punto di contatto importante tra *graphic novel* e serie tv. Nel primo, infatti, la metafora del "guardiano del tempismo" apre la lettura senza che si riesca a determinare appieno di che cosa si tratti, cosa che si chiarirà solo alla fine, quando la ritroveremo e chiuderà il testo in maniera circolare, tematizzando le occasioni mancate, il tempo perduto e l'incertezza. In parallelo, anche la serie tv è costruita sull'uso di una metafora principale che veicola gli stessi concetti: quella appunto di *Strappare lungo i bordi*:

> D'altronde, del fatto che le nostre vite si fondassero su assunti traballanti, ci stava già qualche indizio sparso qua e là. E allora noi andavamo lenti perché pensavamo che la vita funzionasse così: che bastava strappare lungo i bordi piano piano, seguire la linea tratteggiata di ciò a cui eravamo destinati, e tutto avrebbe preso la forma che doveva avere… [2]

[2] Zerocalcare, *Strappare lungo i bordi*, Netflix, episodio 1, min 7:14 ss.

Tematizzare la morte: confronto tra media come strumenti narrativi

La profezia dell'armadillo è un oggetto mediale delicato, perché nasce dall'esigenza di non dimenticare una persona, un'amica, nonché un amore mancato. Le difficoltà affrontate nel trattare un tema così intimo, vengono messe nero su bianco dall'autore nella nuova storia introduttiva realizzata per l'ultima edizione del 2017:

> Quella che ricordo è la Camille vera o la Camille del fumetto? Quanto si stanno sovrapponendo questi due piani? Sono ancora capace di misurare quel divario? È stato giusto? È stato sbagliato? Un giorno ho incontrato a Torino uno scrittore, Marco Peano, che aveva fatto un lavoro simile, e ha detto che è comunque un modo per continuare a prendersi cura di una persona, quindi difficilmente può essere sbagliato (Zerocalcare 2017, 4).

Zerocalcare riesce nell'intento stemperando i registri e alternando con grande equilibrio dramma e commedia. Prendiamo come esempio proprio la narrazione di questa perdita, e analizziamo il modo in cui è stata raccontata nei diversi media. Nel *graphic novel* lo scopriamo subito, nella prime pagine, in uno di quei "blocchetti narrativi" intitolato "Ospiti". Il suono di un messaggio di posta attira l'attenzione di Zerocalcare: è Camille, un'amica con cui non ha contatti ormai da più di un anno. Apparentemente l' e-mail inviata è vuota, nessun testo e nessun oggetto. La situazione è insolita, ed ecco che veniamo trasportati nelle elucubrazioni e proiezioni mentali dell'armadillo: parte così un siparietto comico, che si conclude con Zerocalcare che risponde con una e-mail di spiegazioni. La risposta arriva più rapida del previsto: «Caro Calcare, spero che questo messaggio ti arrivi. Sono J., il padre di Camille, e ti volevo informare che purtroppo lei non ce l'ha fatta. Se ne è andata per sempre» (Zerocalcare 2017, 4). Fine della tavola.

Al contrario, nella serie animata la notizia è comunicata solo alla fine del quinto episodio, appena prima dei titoli di coda (min. 19.20). «Grazie mille, è molto importante che siete venuti qua. Per Alice…». Così la madre dell'amica protagonista accoglie in un abbraccio Zerocalcare nel cuore della notte. È la prima volta che qualcuno pronuncia ad alta voce il nome di Alice. Vediamo Zerocalcare, con gli occhi bianchi e senza pupilla fissare il vuoto. Poi l'inquadratura ritorna sulla camera da letto, dove l'amico Secco pronuncia una frase lapidaria

che rivela la morte (min. 19.20): «Va beh almeno stiamo nella camera degli ospiti, pensa Sara che sta dormendo nel letto di una morta». L'inquadratura stacca, e si fissa su piccoli oggetti e particolari della casa, fino ad accompagnarci alla stanza di Alice, o, come si legge sulla porta, "L'antro di Alice. Bussare". Lo schermo si colora di nero. Parte la colonna sonora. Seguono i titoli di coda.

In questo passaggio si cela una importante differenza di visione che ci mostra ancora una volta lo stretto legame tra *La profezia dell'armadillo* e *Strappare lungo i bordi.* Per coloro che hanno già letto il fumetto, infatti, si perde completamente l'effetto sorpresa, perché si prevede in anticipo ciò che sta per succedere, nonostante l'avvenimento sia collocato in momenti differenti della narrazione. Per questa ragione, la seconda visione della serie tv per chi ha già letto i fumetti è più godibile, perché non incorre nel rischio di delusione a causa delle similitudini di una storia che si pensava diversa. Al contrario, l'effetto sorpresa sarà invece per tutti nell'ultimo episodio, con l'introduzione della voce e la riappropriazione del singolo timbro da parte di ciascuno dei personaggi, che coinciderà inoltre con il recupero del proprio punto di vista personale.

Risoluzioni

Graphic novel: l'immaginario

Come tutti i grandi artisti, Zerocalcare già dalla sua prima opera inventa un modo di comunicare unico, un proprio codice e immaginario. Si tratta innanzitutto di uno scrittore generazionale, che prende spunto dal quotidiano in cui i giovani hanno molta facilità a immedesimarsi. Racconta gli anni Novanta e i suoi riti di passaggio, dalle sale giochi alle marche di zaini e merendine più comuni fino ai personaggi dei cartoni animati. Così come ha fatto la cultura visuale, Zerocalcare non ha timore nel mischiare registro alto e basso, a trattare tutte le immagini, non solo quelle ritenute alte e artistiche, ma anche quelle più popolari. Pensiamo ad esempio a un episodio di *Strappare lungo i bordi* in cui, con estrema naturalezza, a una citazione colta di Pasolini

se ne fa seguire una di *Ken il guerriero*[3]. Zerocalcare quindi non solo si fa portavoce della sua generazione, ma sperimenta anche il medium più adatto al millennio che predilige una fruizione veloce, abituata alle serie tv con episodi brevi.

I personaggi stessi creati da Zerocalcare assumono le fattezze dei personaggi dei cartoni animati: pensiamo ad esempio alla mamma di Zerocalcare che viene rappresentata come Lady Cocca, celebre personaggio del lungometraggio Disney del 1973 *Robin Hood.* Questo espediente funziona benissimo nel medium del fumetto, e viene replicato in maniera altrettanto brillante nella serie tv. Purtroppo non si può dire lo stesso del film. Mischiando i piani di realtà (reale autobiografico e reale finzionale e fittizio), risulta infatti molto complesso ottenere una resa cinematografica che tenga insieme attori e caricature. Per non parlare dei limiti nel medium cinematografico, dove si tratterebbe di violazione dei diritti d'autore se i personaggi fossero rappresentati con i volti di altri personaggi d'animazione. L'unico personaggio che apparentemente sembrerebbe sciolto da questo problema è invece l'armadillo, che, essendo un personaggio creato *ad hoc*, può essere rappresentato senza incorrere in citazioni illecite. Tuttavia, proprio qui emergono i nodi più problematici della trasposizione cinematografica.

Armadillo

Chi è l'armadillo? Domanda il giornalista Antonio Gnoli a Zerocalcare.

L'armadillo è un animale protettivo, chiuso, geloso del suo privato, ma non solo. È anche un campione di resistenza alle avversità: «Rappresenta la mia coscienza, che tende a chiudersi su di sé. Ho una parte inaccessibile e so di esserne anche molto geloso. […] Ha aggirato le leggi dell'evoluzione, attraversando il tempo. Se credessi nella reincarnazione vorrei reincarnarmi nell'armadillo» (Gnoli 2017).

---

[3] Manga scritto da Buronson e disegnato da Tetsuo Hara, è stato pubblicato dal 1983 al 1988. A partire dall'anno seguente alla sua pubblicazione, è stato adattato in due serie televisive anime composte da un totale di 152 episodi, prodotte da Toei Animation e trasmesse su Fuji Television. La serie è tra le più popolari e influenti degli anni Ottanta. Il manga, le cui vendite totali hanno raggiunto cento milioni di copie, è uno dei più venduti di sempre.

Il titolo dell'albo è dovuto al personaggio eponimo dell'armadillo, quasi sempre presente nelle storie di Zerocalcare, che incarna la sua coscienza e che consiglia, ironizza e critica l'autore. Anche definito coscienza critica o grillo parlante, è la proiezione della personalità dello stesso autore. Come vedremo nel prossimo paragrafo, il suo personaggio sarà un elemento chiave nel rivelare la riuscita della serie tv. Al contrario succede invece nella versione cinematografica: essendo infatti un animale di fantasia, l'armadillo viene rappresentato come un uomo in costume, evidenziando una scissione troppo dissonante tra realtà finzionale e reale autobiografico, che rivela tutti i limiti della trasposizione.

La voce: un espediente narrativo

Nella serie animata c'è una particolarità imprescindibile alla riuscita dell'opera: modulando la voce, è proprio Zerocalcare a doppiare tutti i personaggi. Tutti tranne uno, l'armadillo, il suo comprimario d'eccezione, che ha invece la voce di Valerio Mastandrea. «Non volevo doppiarlo io» spiega l'autore «poiché, essendo l'armadillo la mia coscienza, in un dialogo a due serviva qualcuno che mi controbattesse» (Canorro 2021). Colui che realmente dovrebbe essere l'unico "nella sua testa", ma che in realtà lo tira fuori, ha una voce diversa proprio perché lo guida. L'unico timbro apparentemente estraneo è quindi quello della sua coscienza interiore. Le altre voci, apparentemente "possedute" da Zerocalcare grazie al doppiaggio, si rivelano invece veritiere solo nell'attimo di perderlo, deterritorializzandosi. Questo espediente stilistico e narrativo, fa sì che l'interpretazione di tutti gli altri personaggi all'infuori dell'armadillo, sia affidata a Zerocalcare, restituendocene in questo modo il suo punto di vista privilegiato e soggettivo. Se infatti nel fumetto, attraverso la lettura mentale dove ciascun fruitore ha la possibilità di modulare le proprie pause e intonazioni, c'è sempre una sorta di distacco, nella serie ci si adatta al ritmo e all'incedere incalzante di Zerocalcare.

A rappresentare il punto di forza della serie tv, nonché lo snodo finale, sono i personaggi che si riappropriano delle loro voci: quelle stesse voci che non avevamo mai sentito, proprio perché chiusi nella visione egocentrica di Zerocalcare. Per questa ragione, nell'ultimo

episodio, tutto quello che ci è stato raccontato cambia luce e prospettiva. Vengono riprese in maniera circolare le metafore introdotte nel corso della visione, e viviamo in prima persona il mutamento di prospettiva di Zerocalcare, che capisce finalmente di non stare portando il peso del mondo sulle spalle. Per la prima volta in tutta la serie tv, Zerocalcare si isola in un silenzio interiore, concedendosi di dedicarsi a se stesso e di vedersi dentro, senza delegare e attribuire i suoi pensieri all'esterno - la funzione dell'armadillo è esemplare in questo - ma assumendone su di sé la responsabilità. Acquisisce piena consapevolezza della sua visione egocentrica e periferica, che lo ha inchiodato unicamente al suo personale punto di vista per tutto il tempo della visione. Il sonoro ancora una volta è essenziale: in conclusione di episodio, e quindi di serie, vediamo Zerocalcare che dialoga con l'armadillo, ma a noi viene impedito di sentire il dialogo. La presa di coscienza dell'autore diviene in questo modo anche quella dello spettatore, la cui conoscenza è vincolata e limitata dalle volontà dell'artista. Solo dopo i titoli, la scena viene ripresa e si sente l'armadillo che offre "tregua" a Zerocalcare, lasciandolo maturare in silenzio. Usciamo così dalla realtà filtrata dal solo sguardo dell'autore, che si permette finalmente di provare tristezza e dolore. E noi con lui.

Bibliografia

Baetens, J., Frey, H., *The Graphic Novel. An Introduction*, Cambridge, Cambridge University Press, 2014.

Barbieri, D., *I linguaggi del fumetto*, Milano, Bompiani, 2018.

Eco, U., *Apocalittici e integrati. Cultura di massa e teorie delle comunicazioni di massa*, Milano, Bompiani, 1997.

Grosser, H., *Narrativa*, Milano, Principato, 1985.

McCloud, S., *Capire, fare e reinventare il fumetto*, Milano, Bao Publishing, 2018.

Pinotti, A., Somaini A., *Cultura visuale immagini sguardi media dispositivi*, Einaudi, Torino, 2016.

Tosto, A., *Graphic novel. Storia e teoria del romanzo a fumetti e del rapporto fra parola e immagine*, Latina, Tunuè, 2016.

Zerocalcare, *La profezia dell'armadillo - Colore 8 bit*, Milano, Bao Publishing, 2012.

Zerocalcare, *La profezia dell'armadillo Artist Edition*, Milano, Bao Publishing, 2017.

Sitografia

Banana Burger, *Banana Burger – Zerocalcare*, in

https://www.youtube.com/watch?v=qmvD3s6O6WY (ultimo accesso 30/04/2023).

Bernasconi, Y., *Una vita per i disegnetti: Michele Rech, alias Zerocalcare*, in

https://www.rsi.ch/rete-due/programmi/cultura/geronimo/Una-vita-per-i-disegnetti-Michele-Rech-alias-Zerocalcare-12431085.html (ultimo accesso 30/04/2023).

Canorro, M., *Zerocalcare, uno strappo al cuore*, in

https://insideart.eu/2021/12/06/zerocalcare/ (ultimo accesso 30/04/2023).

Gnoli, A., *Zerocalcare: "L'armadillo rappresenta la mia coscienza, che fatica stare con le persone"*, in

https://www.repubblica.it/cultura/2017/04/09/news/zerocalcare_l_armadillo_rappresenta_la_mia_coscienza_che_fatica_stare_con_le_persone_-162568953/ (ultimo accesso 30/04/2023).

MACRO ASILO, *Zerocalcare | Un po' di cose che non ho mai detto*, in

https://www.youtube.com/watch?v=mYHC8BZFzxg (ultimo accesso 30/04/2023).

Netflix Italia, *24 ore con Zerocalcare - Strappare lungo i bordi*, in

https://www.youtube.com/watch?v=26urQf0IHlY (ultimo accesso 30/04/2023).

L'archetipo dell'eroe nell'antichità e nelle rivisitazioni odierne del mito

Giancarlo Germanà Bozza

Ogni passaggio cruciale dell'esistenza umana è scandito dall'attivazione di precisi archetipi. Dalla nascita alla morte, passando per l'infanzia, l'adolescenza, la maturità e, infine, la vecchiaia, si possono individuare aspetti legati a uno stato di consapevolezza esplorato e vissuto attraverso l'uso di archetipi. Ogni cambiamento non è altro che un passaggio da un archetipo all'altro e ciò coincide con le fasi cruciali della vita. Questi archetipi ci possono rimandare a miti appartenenti alla collettività, spesso in qualche modo legati alle espressioni religiose, che trovano precise rappresentazioni nell'arte a partire dalle epoche più remote dell'antichità.

Nella teoria junghiana, il viaggio dell'eroe rappresenta un percorso di crescita individuale formato da varie tappe, a ognuna delle quali corrisponde un preciso archetipo che permette all'individuo di esplorare e comprendere la realtà che vive. Le narrazioni mitiche di personaggi come Ercole o Enea rappresentano dei percorsi di trasformazione psichica che l'individuo conosce nella sua crescita. Questo permette di andare oltre i limiti della realtà per mettere alla prova l'evoluzione dell'individuo e spingerlo a esprimere potenzialità ancora inespresse.

Prima dell'assalto alla montagna di Erice, Pirro promise a Eracle sacrifici e giochi qualora si fosse dimostrato in Sicilia «un combattente degno della sua stirpe e della sua potenza» (Plut., *Pyrrh.* 22, 8). Dietro questo solenne voto fatto dal sovrano molosso troviamo un preciso riferimento mitico-genealogico, in quanto considerava Eracle un suo antenato (Bruno Sunseri 2003, 91 segg.; De Bernardin 2012, 305-312); questo esemplifica perfettamente come il piano mitico e quello storico tendevano a fondersi, generando delle discendenze eroiche. Prima di Pirro, già Alessandro aveva inaugurato questa concezione

considerandosi figlio di Zeus e discendente di Achille, nonché nuovo Eracle, un eroe invincibile che poteva affrontare i pericoli della battaglia senza alcun timore in quanto lui stesso era un eroe invulnerabile (Campus 2005, 201-221).

Assimilato in vita a Zeus, a Zeus-Ammone, a Helios, a Dioniso e ad Ares, Alessandro fu rappresentato anche come un eroe (Achille ed Eracle) secondo modelli elaborati dagli artisti della sua corte, in particolare il pittore Apelle.

All'inizio della campagna asiatica di Alessandro, Lisippo era con il sovrano macedone. Nel 334 a.C. si trovava a Efeso, dove Apelle lo dipinse a cavallo e come portatore di fulmine. Anche Lisippo realizzò un ritratto del re con la lancia, ampiamente riprodotto in piccolo formato nei secoli successivi.

Dalle fonti letterarie apprendiamo come lo scultore abbia sfruttato alcune imperfezioni fisiche di Alessandro per rappresentarlo con lo sguardo rivolto al cielo, la chioma alta sul capo, lo sguardo intenso. Da questa immagine Lisippo crea il modello del personaggio principesco in apoteosi che dialoga direttamente con la divinità. Il ritratto del sovrano esprime piena padronanza del proprio destino, che può eroicamente controllare per manifesta volontà degli dèi. Per ricordare il difficile assedio di Tiro, avvenuto tra il 333 e il 332 a.C., Lisippo eseguì un tipo di Eracle seduto, che fu rielaborato più volte dallo scultore. Una copia di piccolo formato della scultura era tenuta sul tavolo dallo stesso Alessandro. Lisippo non seguì in Oriente il re macedone, ormai il mito eroico del sovrano erano nato e lo scultore si sarebbe dedicato alla rappresentazione della fortuna: il *Kairos*.

Molti anni dopo, nel 314 a.C., quando Cassandro sostenne la fondazione di Alyzia in Acarnania, Lisippo ritornò sulla figura dell'eroe scolpendo un gruppo con le fatiche di Eracle, a cui probabilmente appartiene il cosiddetto Eracle in riposo, di cui rimane una celebre replica nell'Ercole Farnese (Fig. 1). Adesso l'eroe si presenta in maniera del tutto nuova: il suo corpo esprime un senso di instabilità ruotando attorno al piede sinistro, e la pesantezza delle masse rende un senso di tragica rassegnazione dell'eroe giunto al limite delle fatiche. Questo modello segnò la scoperta di nuovi ritmi che torneranno con forza nella scultura ellenistica. Dopo Alyzia, Lisippo scolpì un Eracle colossale a Taranto la cui iconografia probabilmente ampliava quella dell'*epitrapezios* in scala monumentale.

Nella tarda maturità Lisippo si dedicò maggiormente alla figura di Eracle, probabilmente perché lo sentiva più vicino a sé per il lungo errare e per l'affannosa ricerca di un senso di immortalità attraverso azioni gloriose. Il gruppo bronzeo di Alyzia presentava tutte le fatiche dell'eroe, ma la figura che più lo commuove è l'ultima: quella che rappresenta l'eroe con i pomi delle Esperidi poco prima della morte. La nobiltà di Eracle si esprime attraverso una personalità irrequieta, in quel cruccio di un destino che pone un termine anche alle azioni gloriose e che contrasta con una carica vitale che lo potrà condurre solo alla morte e all'apoteosi (Giuliano 1998, 411-417).

Atena ispirò le imprese dei più celebri eroi della mitologia greca, uno dei quali è proprio Eracle.

Grazie alla protezione della dea, l'eroe poté compiere le imprese affrontando delle prove che andavano ben oltre le capacità umane. In particolare, per raggiungere l'immortalità Eracle dovette affrontare le 12 fatiche imposte dal re Euristeo. Atena aiutò Ercole durante la sesta fatica (gli uccelli stinfali), l'undicesima (le mele d'oro delle Esperidi) e la dodicesima (Cerbero). La dea diede a Eracle dei sonagli (*krotala*) rumorosi per spaventare gli uccelli stinfali e lo aiutò a sorreggere il mondo al posto di Atlante durante l'undicesima fatica. Alla fine della fatica l'eroe dovette restituire le mele d'oro ad Atena. La dea avrebbe anche accompagnato Eracle negli Inferi per affrontare Cerbero.

L'aiuto di Atena va oltre le fatiche perché interviene anche durante la follia dell'eroe, impedendogli di uccidere più vittime; infatti, dopo che Eracle ha ucciso tragicamente i propri figli, lo ferma proprio mentre stava per uccidere Anfitrione.

Fig. 1 - Eracle Farnese, copia marmorea romana del III secolo d.C. di un originale attribuito a Lisippo, Napoli, Museo Archeologico Nazionale

Il rapporto tra Atena ed Eracle va ben oltre l'aiuto nelle imprese, in quanto possiamo parlare di un'ispirazione divina che guida l'eroe a prendere le decisioni migliori. Per esemplificare questa immagine possiamo ricorrere a un particolare episodio della vita di Eracle che ci narra il filosofo Prodico di Ceo e viene riportato da Senofonte:

> (21) 2. Anche Prodico, il sapiente, nella sua opera su Eracle, che egli suole declamare anche a una vasta platea, si esprime nello stesso modo riguardo alla virtù, dicendo più o meno così, per quanto mi

ricordo. Dice, infatti, che Eracle, quando stava passando dalla fanciullezza all'adolescenza, in cui i ragazzi, acquistata ormai la padronanza di sé stessi, manifestano se nel corso della vita si indirizzeranno nel cammino della virtù o in quello del vizio, appartatosi in un luogo isolato, se ne stava seduto, indeciso su quale delle due vie indirizzarsi. (22) Gli apparvero due donne di grande statura, che si avvicinarono a lui: l'una era avvenente, di bell'aspetto e di indole nobile, ornata di purezza nel colorito e di pudore nello sguardo, di discrezione nell'atteggiamento e con una veste bianca; l'altra, invece, ben sviluppata con una molle carnalità, truccata per alterare il colorito e apparire più bianca e più rossa del reale, e nell'atteggiamento tale da sembrare più eretta del normale, aveva gli occhi spalancati e una veste dalla quale traspariva molto il fiore della sua giovinezza; e spesso osservava se stessa e poi volgeva lo sguardo intorno per vedere se qualcun altro la contemplava, e spesso si girava anche indietro per guardare la propria ombra. (23) Come furono più vicine a Eracle, la prima di cui si è parlato avanzò, procedendo allo stesso modo; l'altra, invece, volendo precederla, corse incontro a Eracle e gli disse: "Vedo che tu, Eracle, sei indeciso su quale via intraprendere nella vita; se, dunque, mi farai tua amica e mi seguirai, ti guiderò lungo il cammino più piacevole e più agevole, non resterai privato dal gustare nessun piacere, e trascorrerai la vita senza provare tribolazioni. (24) In primo luogo, infatti, non ti dovrai preoccupare né di guerre né di affari, ma ti impegnerai a valutare quale cibo o quale bevanda ti sia di gradimento, oppure che cosa vedere o ascoltare per trarne diletto, o che cosa annusare o toccare per trarne piacere, o con quali giovani amanti poter giungere al massimo del godimento, in che modo tu possa dormire nella maniera più deliziosa, e come tu possa ottenere tutti questi piaceri, senza alcuno sforzo. (25) Qualora, poi, sorgesse il sospetto di avere scarsezza di mezzi dai quali derivano simili diletti, non temere che io ti conduca a procurarti queste cose faticando e penando nel corpo e nell'anima, ma tu sfrutterai ciò che gli altri producono con il lavoro, senza astenerti da nulla da cui sia possibile ottenere vantaggio. Infatti, a coloro che mi seguono, io offro la possibilità di trarre un utile da ogni cosa". (26) Eracle, uditi questi discorsi, disse: "Donna, qual è il tuo nome?". Ed ella rispose: "I miei amici – rispose – mi chiamano Felicità, mentre quanti mi odiano, per offendermi, mi chiamano Depravazione". (27) Nel frattempo, sopraggiunse anche l'altra donna, e disse: "Anch'io vengo da te, Eracle. Conoscendo i tuoi genitori ed essendomi resa conto della tua indole nel corso della tua educazione, per questo spero che, se ti incamminerai sulla strada che porta a me, tu diventerai senz'altro capace di fare opere belle e nobili, e io apparirò ancora più

degna di onore e insigne per queste azioni buone. Non ti ingannerò mettendo avanti il piacere, ma ti spiegherò in modo vero come gli dèi hanno disposto le cose. (28) Infatti, gli dèi non concedono agli uomini nessuna delle cose buone e belle senza fatica e impegno, ma, se vuoi che gli dèi siano benigni nei tuoi confronti, tu devi onorare gli dèi; se desideri essere amato dagli amici, tu devi fare del bene agli amici; se brami di essere onorato da qualche città, devi giovare a tale città; se pretendi di essere ammirato da tutta la Grecia per la tua virtù, devi impegnarti a far del bene alla Grecia; se vuoi che la terra ti porti frutti in abbondanza, tu devi coltivare la terra; se pensi di dovere arricchirti con gli armenti, devi prenderti cura degli armenti; se aspiri, poi, ad acquisire gloria per mezzo della guerra, e vuoi essere in grado di liberare gli amici e sottomettere i nemici, devi imparare le arti marziali da coloro che ne sono esperti, ed esercitarti a usarle come nel modo dovuto; se, poi, vuoi essere valido anche fisicamente, devi abituare il corpo a sottomettersi alla mente e praticare la ginnastica, con fatiche e sudore". (29) E la Depravazione, ribattendo, disse, come afferma Prodico: "Ti accorgi, Eracle, come è difficile e lungo il cammino verso quella letizia che questa donna ti indica? Io, invece, ti condurrò per una via agevole e corta verso la felicità". (30) Allora la Virtù esclamò: "Disgraziata, che cosa mai hai di buono? O quale dolcezza conosci, se non vuoi fare niente per ottenerla? Tu non attendi nemmeno di avere desiderio delle cose piacevoli, ma, prima ancora di desiderarle, ti riempi di tutte queste cose, mangiando prima di avere fame, bevendo prima di avere sete, e, per cibarti in modo piacevole, prepari pietanze elaborate, per potere bere in modo piacevole, ti procuri vini pregiati, e d'estate corri qua e là a cercare la neve, e per dormire piacevolmente, non solo ti procuri coperte morbide, ma anche i letti, e traverse flessibili sotto i letti; infatti, non a motivo della fatica, ma per non avere nulla da fare, tu desideri il sonno. E ti sforzi di avere piaceri d'amore prima del bisogno, studiandole tutte e servendoti degli uomini come di donne, così insegni ai tuoi amici, offendendone la dignità di notte, facendoli dormire di giorno, ossia nel tempo più proficuo. (31) Pur essendo immortale, sei rifiutata dagli dèi e disprezzata dagli uomini virtuosi; tu non ascolti la cosa più dolce di tutte le cose che potresti udire, una lode di te, né contempli la cosa più piacevole a vedersi, in quanto non hai mai contemplato una bella opera fatta da te. Chi mai ti potrebbe credere, quando dici qualcosa? Chi ti potrebbe aiutare, qualora tu avessi bisogno di qualcosa? O chi, se è assennato, avrebbe il coraggio di partecipare alla tua compagnia? Coloro che ne partecipano, da giovani sono già deboli fisicamente; divenuti vecchi, sono privi di senno nelle anime, allevati senza conoscere fatiche nell'opu-

> lenza durante la giovinezza, passano la vecchiaia con pena e nello squallore, coperti di vergogna per le azioni compiute, oppressi da quelle che compiono al momento, dopo essere passati di corsa attraverso tutti i piaceri durante la giovinezza, e aver riservato le difficoltà per la vecchiaia. (32) Io, invece, vivo in compagnia degli dèi, vivo in compagnia degli uomini buoni; senza di me non si compie nessuna azione bella, né divina né umana. Sono onorata più di tutti, sia dagli dèi sia dagli uomini degni di onore; sono gradita collaboratrice degli artigiani, fidata custode delle case per i padroni, protettrice benevola degli schiavi, buona cooperatrice nelle fatiche dei periodi di pace, sicura alleata delle imprese in guerra, ottima compagna dell'amicizia. (33) I miei amici godono dei cibi e delle bevande in modo piacevole e senza affanni; se ne astengono, infatti, fino a quando non cominciano a desiderarli. Il sonno a loro si offre più dolce che agli indolenti, né si irritano quando devono abbandonarlo; né, a causa sua, trascurano di fare i loro doveri. I giovani gioiscono per gli elogi dei più anziani; i più vecchi si rallegrano per gli onori da parte dei giovani; volentieri ricordano le antiche imprese, e compiendo bene le presenti si allietano, poiché, grazie a me, sono amici degli dèi, amati dagli amici, onorati dalle patrie. Quando, poi, giunge il termine fissato, non vengono sepolti nell'oblio privi di gloria, ma, elogiati nei canti, fioriscono per sempre nel ricordo. Se tu, Eracle, figlio di ottimi genitori, affronterai queste fatiche, potrai conquistare la più beata felicità". (34) Così, più o meno, Prodico illustrava l'educazione di Eracle da parte della Virtù; certo ha adornato i pensieri con espressioni ben più altisonanti di quelle che ho usato io (*Mem.*, II 1, 21-34).

Fra le imprese compiute da Eracle, quella che trova un maggiore riscontro in rapporto alle vicende di un personaggio storico, è sicuramente la lotta con il leone nemeo. Da questo episodio derivano le varie versioni della caccia al leone, che possiamo trovare nei mosaici ellenistici e nei sarcofagi romani. Uno dei primi e più significativi esempi è sicuramente il mosaico in una abitazione a Pella.

All'interno di una cornice con decorazioni vegetali è raffigurata una scena di caccia con il leone che occupa la parte centrale e assale un personaggio armato di lancia alla sua sinistra rivolgendo la testa verso destra, dove si trova un altro giovane armato di spada. È stato ipotizzato che la scena si riferisca a un episodio storico preciso, ovvero una caccia al leone avvenuta presso Susa, quando Cratero salvò la vita ad Alessandro. Il giovane armato di lancia sarebbe proprio il sovrano macedone che si difende, mentre quello a destra sarebbe

Cratero che assale il leone armato di spada. Il mosaico pavimentale di Pella deriverebbe da una scultura attribuibile a Lisippo.

La scena di caccia fu ripresa in età imperiale attraverso l'elaborazione di complesse raffigurazioni, ricche di personaggi, scolpite a rilievo sui sarcofagi. Ricordiamo in particolare un sarcofago in marmo rinvenuto nel 1817 sulla Via Appia presso la Vigna Moroni, datato al III secolo d.C. e attualmente esposto presso i Musei Capitolini (Inv. MC0221).

Il sarcofago di grandi dimensioni, del tipo cosiddetto "a lenòs" ("a vasca"), è decorato con una complessa scena di caccia al leone. Tra due protomi leonine, in alto a destra e a sinistra, si muovono figure di leonesse, guerrieri e caduti, e appare la personificazione della *Virtus*. Quest'ultima è identificabile per gli attributi che la caratterizzano: l'elmo dal lungo cimiero, il sottile chitone fino al ginocchio che lascia scoperto il seno destro, il balteo che pende dalla spalla destra e il fodero di spada sul fianco sinistro; la dea indossa un manto fermato da una grossa fibula sulla spalla sinistra ed eleganti sandali (*mullei*) in pelle di fiera selvatica, le cui zampe pendono sui lati.

Al centro della scena è raffigurato un personaggio a cavallo che presenta le sembianze di un uomo maturo, identificato con il defunto. Indossa una lorica con un corsetto aderente al petto decorato da squame sopra una corta tunica con rimbocco cinto poco al di sopra della vita; il mantello (*paludamentum*) è fermato da una fibula sulla spalla destra e svolazza sul retro durante la corsa del cavallo.

In base allo stile del rilievo e ai caratteri del volto del personaggio a cavallo (struttura cubica della testa, proporzioni allungate del volto e disposizione della capigliatura, con la forbice al centro della fronte), è stato possibile datare il sarcofago alla metà del III secolo d.C. A questa stessa cronologia rimandano anche altri elementi stilistici del rilievo, come la capigliatura dei cacciatori a lunghe ciocche del tipo "a fiamme".

Per le notevoli dimensioni e la qualità del rilievo, è verosimile ipotizzare che il destinatario del sarcofago fosse un membro dell'élite romana, ovvero un ufficiale di alto rango o un importante magistrato. Nella scelta di questo tema iconografico per la decorazione del sarcofago è stata vista la volontà di celebrare il valore dimostrato dal defunto nel corso della vita. Questa scena tuttavia potrebbe essere interpretata su un piano assolutamente simbolico, ovvero la vittoria

sulla morte, rappresentata dal leone abbattuto, e la conseguente immortalità ottenuta dal defunto per la sua *virtus*.

Tra il III e il IV secolo d.C. le rappresentazioni delle scene di caccia al leone conobbero una notevole diffusione, prendendo come modelli probabilmente le scene mitologiche del II secolo d.C., in particolare la partenza e la caccia al cinghiale di Ippolito o le vicende di Adone e Meleagro. Nel tempo la figura del cinghiale fu sostituita da quella del leone, animale più nobile. La nudità eroica del cacciatore viene sostituita da un abbigliamento da cacciatore con elementi militari. Il tema della caccia avrebbe fatto il suo ingresso nell'arte ufficiale romana al tempo del principato di Adriano e trova degli esempi significativi nei tondi reimpiegati nell'Arco di Costantino, proponendo un modello di *virtus* che riguardava non solo le attività militari ma anche le doti individuali del sovrano. Ricordiamo che le *venationes* nell'anfiteatro includevano pure la caccia al leone: questo avrà influenzato notevolmente il repertorio figurativo tra il III e il IV secolo d.C.

A questo punto può essere utile ricordare due tondi di età adrianea riutilizzati nell'arco di Costantino. Negli otto tondi sono rappresentate la partenza per la caccia, tre scene di caccia (all'orso, al cinghiale e al leone) e quattro scene di sacrificio (a Silvano, a Diana, ad Apollo e ad Ercole). In questa trattazione ricordiamo gli ultimi due tondi con la rappresentazione del rientro dalla caccia al leone e con il sacrificio a Ercole. Nel primo tondo, su uno sfondo agreste con alberi scolpiti di lato e sullo sfondo, è raffigurato un gruppo di personaggi con due cacciatori che trattengono i cavalli ai lati e tre figure al centro, una delle quali è l'imperatore Adriano (poi trasformato in Costantino). Il leone raffigurato nell'esergo del tondo è un'aggiunta di età costantiniana. L'identificazione con il momento finale di una battuta di caccia, è confermata dal confronto con la scena centrale del mosaico della *Piccola Caccia* di Piazza Armerina, dove si trovano due figure di giovani che trattengono i cavalli per le briglie e quella di un giovanetto che trattiene un cane.

Nell'altro tondo troviamo la scena del sacrificio a Ercole Invitto, su uno sfondo architettonico rappresentato da due colonne per rendere un contesto urbano in cui si sta svolgendo il rientro dalla caccia (Fig. 2). Questi elementi permettono di collocare la scena presso l'*Ara Maxima* del Foro Boario, come confermerebbe anche la presenza di un festone di foglie d'alloro accanto all'immagine di Ercole, pianta generalmente

assente nei riti in suo onore ma, secondo la testimonianza di Macrobio (*Sat.*, III, 12, 1-9), utilizzata per le corone degli officianti al culto dell'*Ara Maxima*, probabilmente a causa di una crescita spontanea di allori sull'Aventino. Proprio nel culto di Ercole nel Foro Boario convergono epiteti estremamente significativi: *Invictus, Victor, Anìketos* (di Alessandro Magno), *Nikàtor* e *Nikephòros* (di tradizione ellenistica).

Fig. 2 - Sacrificio a Ercole, tondo adrianeo nell'Arco di Costantino, IV secolo d.C., Roma

In quest'ultimo tondo emerge il carattere solenne di questo sacrificio rispetto agli altri, tutti ambientati in santuari campestri e direttamente collegati alle cacce. La figura di Ercole sintetizza la conclusione vittoriosa della caccia con la spoglia leonina nonché la virtù militare con le due corazze collocate ai lati dell'eroe insieme alla statuetta della Vittoria che tiene nella mano sinistra avanzata. L'invincibilità di Ercole è affermata dalla presenza di una benda che gli cinge il capo e dal festone di alloro. La stessa immagine di Ercole si trova su monete e medaglioni emessi da Adriano tra il 121 e il 122 d.C. In base ad al-

cune fonti letterarie, in particolare il *Panegirico* di Plinio il Giovane e il primo discorso *Sul regno* di Dione Crisostomo, si può anche osservare un particolare valore simbolico di Ercole per i sovrani di origine iberica, in quanto l'eroe proveniente dalla Spagna aveva liberato Roma di Evandro da Caco. È evidente quindi il valore di questo ultimo tondo, che chiudeva la narrazione dei rilievi con la celebrazione di Ercole Invitto (Calcani 2001, 78-102).

Nella tradizione romana la figura dell'eroe presenta caratteristiche sostanzialmente diverse rispetto a quanto visto finora in ambito greco. Queste caratteristiche si trovano esemplificate nel personaggio di Enea, nelle cui vicende l'elemento divino entra con forza determinante per definire la volontà e la personalità del protagonista. A differenza di Odisseo a Ogigia, la permanenza di Enea a Cartagine rappresenta una vicenda che ha una sua compiutezza nella narrazione del viaggio. Ermes viene mandato da Calipso affinché congedi Odisseo, mentre Mercurio è inviato da Didone affinché accolga Enea.

Alla fine del primo libro, la stessa Venere incita il figlio Cupido a intervenire nelle vicende di Enea, suscitando l'amore di Didone assumendo le sembianze del piccolo Iulo. Questo intervento divino, ricordato anche nelle Argonautiche di Apollonio Rodio, ci presenta una Venere poco lungimirante, che arriva a mettersi d'accordo con la rivale Giunone. Questa alleanza tra divinità, che Apollonio vede da una prospettiva greca dalla parte di Giasone, appare nel caso di Enea completamente diversa, in quanto Venere non vuole trattenere Enea in Africa. Il destino dell'eroe troiano è diverso, deve riprendere la sua navigazione per un futuro "romano" deciso dal fato. L'accordo tra Venere e Giunone è finalizzato esclusivamente a strumentalizzare l'unione con Didone per raggiungere questo obiettivo. Questo accordo è messo in crisi dal rivale Iarba, re di Mauretania e figlio di Giove-Ammone. Quest'ultimo ottiene dal padre che Enea sia ricondotto al suo destino, e tale compito tocca a Mercurio, il quale apostrofa duramente l'eroe troiano: il suo posto non è a Cartagine ma in Italia. Enea deve essere guidato dal suo dovere nei confronti dei suoi antenati, che vanno ben oltre delle prospettive di gloria personale. Dietro il forte richiamo di Mercurio a Enea possiamo cogliere le parole dette a Odisseo dai suoi compagni dopo l'anno trascorso nella dimora di Circe: «Sciagurato, ricòrdati finalmente della nostra patria, se pure è destino che ci salviamo e arriviamo alla solida casa e alla patria». Su

tutto, domina il desiderio di riprendere il mare e continuare il viaggio verso la patria o una nuova patria.

Nel viaggio di Odisseo, la relazione con Circe si sovrappone a quella con Calipso che arriva all'offerta di una ierogamia, e rischia di trovare una terza insidia nella giovane Nausicaa. Alla richiesta di congedo da parte dell'eroe, Circe non fa obiezioni, mentre il distacco da Calipso è tragico. Proprio quest'ultimo si può confrontare con quello di Enea e Didone: mentre l'eroe omerico vuole riprendere la navigazione per la sua irriducibile volontà, l'eroe virgiliano deve partire contro la sua volontà. Dopo avere negato il valore rituale del matrimonio con Didone, Enea elenca tutti i motivi che lo spingono a riprendere il mare: l'oracolo di Apollo, l'apparizione in sogno del padre che gli ricorda i suoi doveri nei confronti del figlio Iulo e la visita di Mercurio. Enea deve riprendere il suo viaggio non di sua volontà, deresponsabilizzandosi da tutto quello che questo potrà causare.

Enea tenta inutilmente di calmare Didone cercando di farle accettare questo suo destino, ma ottiene solo che la regina si senta rifiutata e subalterna a un passato troiano e un futuro romano. Riprendendo una forma di gelosia personale, Didone sembra presagire la futura unione di Enea con Lavinia che gli conferirà i diritti di sovrano. Per questo stesso destino, era già stata sacrificata la sposa Creusa, persa da Enea nella notte fatale di Troia. Per Enea la meta del suo lungo viaggio deve sostituire ogni legame sentimentale e non gli è concesso di legarsi a una patria. Non si può legare a Didone e alla sua città, dunque il legame con la regina passa in secondo piano rispetto alla sua devozione per la memoria di Troia e al suo compito. La comune impotenza nei confronti del destino genera reazioni differenti ed emozioni opposte. Per Enea rimane solo un rimpianto che non gli impedisce di riprendere a navigare, mentre per Didone il dolore è insopportabile e le impedisce di continuare a vivere. Nell'incontro con lei agli Inferi, Enea ribadisce questa sua mancanza di libertà nei confronti di un destino che gli è stato imposto, come conferma la sua presenza nell'oltretomba. Questo lo porta a un senso di stupore di fronte al tragico destino di Didone.

Contrariamente all'eroe omerico, che prosegue consapevolmente il proprio viaggio con piena e cosciente accettazione, Enea diventa strumento passivo di un destino superiore. Alla fine del suo viaggio, si compirà la ricostruzione di Troia: a questo tutto deve essere sacrificato. Come Achille od Odisseo, anche Enea compie una scelta che

va contro la propria sopravvivenza individuale. Questa angosciosa rassegnazione accompagna Enea durante tutto il suo viaggio, manifestandosi già nel momento in cui deve lasciare Troia in fiamme. L'eroe omerico ha la possibilità di scegliere tra una gloriosa morte in guerra o per avere affrontato un lungo viaggio, mentre il destino di Enea è già segnato. Più concretamente, mentre Odisseo può rimpiangere la gloria negata del guerriero caduto in battaglia, Enea lega subito le sue scelte ai suoi antenati.

La condotta di Enea ci può lasciare perplessi, soprattutto se ricordiamo che era stato guarito da una ferita dall'intervento della madre dea, e questo prodigio, nonostante le fragilità del troiano, non esita a richiamare un destino di vittoria. L'uso di un linguaggio tragico nel racconto di Virgilio non è assolutamente casuale in quanto il suo eroe viene rapportato a una dimensione reale e ciò determina sofferenza. La sconfitta dell'eroe omerico conduceva a una condizione tragica che Aristotele preferiva in quanto andava dalla buona alla cattiva sorte: la sconfitta dell'eroe culmina nella sua morte sia nell'epica omerica (Achille, Agamennone) che nella tragedia (Antigone). Enea però non è un personaggio tragico, ma un eroe obbediente che affronta il suo avversario e lo uccide solo per compiere un glorioso destino.

Enea si può confrontare con un altro personaggio della tragedia, l'Eracle di Euripide. Quest'ultimo, compiendo le sue fatiche senza alcun coinvolgimento psicologico, mostra una totale obbedienza a una volontà esterna rappresentata in parte da Euristeo e in parte dall'odio di Era, che viene ricordata da Agamennone. La volontà di Era conduce Eracle a una follia omicida che gli fa uccidere la moglie e i figli. Dopo essere tornato alla ragione, l'eroe si rende conto della strage che ha compiuto alla fine delle sue fatiche. La mancanza di un vero coinvolgimento psicologico dell'eroe è sfociata in un gesto di autolesionismo che gli fa desiderare la morte. Eracle viene trattenuto dal suicidio da Anfitrione e Teseo, che rappresentano gli unici legami che si contrappongono al vuoto assoluto della volontà divina.

L'Eneide è un poema a lieto fine, in quanto è la narrazione di un lungo viaggio che non si identifica con un percorso personale dell'eroe ma con il compimento di un destino ineluttabile. Enea non ha una propria individualità, bensì è il leader di un gruppo nel presente che porterà in futuro alla nascita di un popolo. Alla figura di Enea possiamo accostare quella di Augusto, eroe storico che sacrifica la propria

individualità per il bene di Roma. Per entrambi la fatica e le sofferenze rappresentano la premessa indispensabile per il compimento del loro destino. Le difficoltà che deve superare Enea nel suo viaggio sono parte integrante di un tessuto poetico, narrazione di un cammino che da individuale diventa collettivo.

In ogni momento del suo lungo viaggio, Enea percepisce la sua condizione di sconfitto ed esule, consapevole dell'inutilità della preghiera a divinità ostili ai Troiani. In particolare, Enea ricorda il tragico destino di Priamo e dei suoi due figli, Ettore e Troilo. A questa condizione di esule si contrappongono, inconsapevolmente, i rilievi sullo scudo che la madre dell'eroe aveva ricevuto da Vulcano: le immagini rappresentano l'allattamento di Romolo e Remo da parte della lupa, la punizione dell'albano Mezio Fumezio, alcuni episodi della resistenza a Porsenna e all'assedio dei Galli, una rappresentazione degli Inferi con le figure contrapposte del nemico Catilina e di Catone e la gloriosa vittoria di Augusto ad Azio. La bellezza estetica dello scudo si associa al significato oscuro delle scene raffigurate, che può essere noto solo al dio che le ha forgiate.

Il viaggio travagliato di entrambi i protagonisti può rendere sovrapponibili l'Odissea e l'Eneide; nel poema omerico, però, il ritorno in patria di Odisseo non è preludio di un futuro glorioso, bensì è lo stesso *nostos* che ha condotto Agamennone alla morte. Questo alone oscuro che avvolge i vincitori si trova anche nell'Eneide, dove troviamo Diomede, giunto in Italia dopo aver affrontato tante traversie, che viene invano invitato dai Latini a combattere al loro fianco contro Enea.

Nella distruzione di Troia però sono contenuti i semi di una gloria futura, e lo stesso Enea rappresenta l'eroe che soffre nel presente per compiere questa gloria. Troia muore ma diventa immortale, il suo spirito e i suoi valori passeranno nella cultura latina. Questo passaggio trova una precisa rappresentazione simbolica nel viaggio dei Penati, entità divine legate al focolare domestico, legate strettamente a un'appartenenza territoriale. I Penati sono affidati a Enea, come gli ricorda Ettore. Troia sopravvive a sé stessa per continuare a esistere altrove. Questo altro luogo, raggiunto alla fine di un lungo viaggio irto di pericoli, rappresenta di per sé una ferita insanabile. Se il viaggio di Odisseo era stato il ritorno del vincitore in patria, quello di Enea è quello dell'esule verso l'ignoto. Il percorso di Odisseo lo riporta in patria, quello di Enea lo allontana dalla patria. L'eroe virgiliano è

sempre mosso da una nostalgia per un luogo che non esiste più, che si scontra con la speranza di trovare un nuovo luogo cui legarsi.

Il lungo viaggio di Enea non termina con l'arrivo a destinazione, perché lo attende un'altra guerra, l'estremo e più complesso degli espedienti ordito contro di lui da Giunone. Alla fine della guerra, prima del duello tra Enea e Turno, Giove cerca di consolare la sposa Giunone, esortandola a prendere atto del destino di Enea. D'altro canto, con la fine di Troia si compie la vendetta di Giunone, che ottiene la piena frustrazione emotiva di Enea proprio in corrispondenza del definitivo successo del suo lungo viaggio. In questa coincidenza di opposti possiamo cogliere ancora una volta un nesso con l'epica omerica, che ci presenta Achille, vincitore del duello con Ettore, destinato prima a vedere morire Patroclo e dopo a soccombere lui stesso. Virgilio spinge oltre questa complessa relazione rappresentando Enea vincitore e Troia cancellata per sempre, mentre a Turno sconfitto corrisponde il Lazio vincitore che impone la sua impronta nella fusione dei due popoli. Questa contrapposizione è impensabile in Omero, ancora legato all'esperienza dell'individuo.

Questa concezione programmatica della narrazione, assente nell'epica omerica e nel teatro attico, rappresenta una caratteristica della narrazione moderna. La ritroviamo nella tragedia di Shakespeare non solo con il personaggio di Amleto, ma anche nel significativo rifacimento fatto da un gruppo di attori del II libro dell'Eneide, in cui troviamo un insolito Pirro che esita a uccidere Priamo. All'aspra autocritica di Amleto, che si rimprovera per non avere ancora vendicato il padre, corrisponde una figura di Pirro in balia di sentimenti contrastanti. In questo possiamo vedere ancora una volta la rappresentazione del pio Enea, la cui vittoria finale nasconde il profondo disagio della condizione umana.

Oggi l'eroe del mito classico continua a vivere attraverso una grande offerta di trasposizioni audiovisuali. La narrativa a tema mitico abbonda grazie a storie con personaggi di proporzioni eroiche con radici che affondano in età antiche, sia i protagonisti che gli antagonisti. [1] Dal-

[1] Ringrazio sentitamente Claudio Gnoffo, curatore assieme ad Anna Fici del volume in cui è presente questo contributo, per i preziosi suggerimenti e le indicazioni bibliografiche, nonché le interessanti riflessioni, che mi ha fornito nella mia ricerca per questa sezione del presente lavoro.

la metà degli anni '90, l'eroe greco-latino torna ad alimentare l'immaginazione di molti creatori, romanzieri ma anche fumettisti, autori di serie televisive e cineasti, così che negli anni 2000 avviene nel cinema una sorta di "rinascimento della mitologia", mentre fumetti e videogiochi spesso prendono in prestito la loro ambientazione dalla storia e dai poemi epici antichi (Bost-Fiévet, Provini 2014, 15).

Le antiche mitologie sono tornate nelle narrazioni attuali anche se, in effetti, il mito non sembra mai esserne davvero andato dal nostro orizzonte: il 30 gennaio 2018, per il suo 50 compleanno, il re di Spagna, Filippo VI di Borbone, ha imposto il Vello d'Oro a sua figlia, l'infante Leonor, conferendole la più alta onorificenza spagnola. Così, rimanda all'eroe Giasone il primo atto ufficiale di colei che un giorno salirà sul trono spagnolo: l'ordine del Vello d'Oro è stato fondato nel 1430 da re Filippo III per celebrare il suo matrimonio con Isabel di Portogallo, e tuttora il re di Spagna è il Grande Maestro dell'ordine.

La mitologia dell'eroe greco è, da trent'anni, sottoposta a uno spietato recupero pulp (Vilches Manterola 2021, 437) nei fumetti e nei romanzi, nelle saghe videoludiche e nel cinema, dove il peplum, dopo aver raggiunto il suo apice negli anni '60, pare avere una sorta di revival.

In una disamina rapida a partire dagli esordi, caso emblematico di un "rinascimento" dell'eroe ellenico nonché apripista è la celebre saga neozelandese-statunitense *Hercules: The Legendary Journeys*, caratterizzata da cinque film televisivi (1994) e poi da una serie tv (1995-1999). Kevin Sorbo dà corpo a Hercules in una rivisitazione dell'eroe in chiave decisamente pop (e pulp): generoso e altruista, è un semidio che, dopo la morte di Deianira e dei figli per mano della perfida Era-Giunone, decide di vagare per un'improbabile Grecia in cerca di oppressi da aiutare e torti da raddrizzare. La saga si basa sul mito greco in maniera molto vaga e libera, storicamente lontana da qualsiasi concetto di "accuratezza", ma ha il merito di far conoscere al pubblico giovanile di quegli anni personaggi mitologici quali Zeus-Giove (interpretato da Anthony Quinn nei cinque film tv), Ares-Marte, Afrodite-Venere e così via (se si dice talvolta che tradurre è un po' tradire, queste traduzioni mediali operate dalla serie sono tradimenti veri e propri, ma con risvolti intriganti). La serie è ideata da Robert Tapert e Christian Williams. Spin-off di *Hercules*, altrettanto celebre, è la serie *Xena: Warrior Princess* (1995-2001), in cui l'eroina, una signora della guerra un tempo malvagia ma ora in cerca di redenzione, è interpre-

tata da Lucy Lawless. Lo spin-off riprende diversi personaggi e situazioni della serie madre e si prende licenze creative ancora maggiori riguardo al mondo di riferimento: basti pensare che nell'originale diversi personaggi hanno nomi poco greci come, ad esempio, *Gabrielle* e *Joxer*, "rivisitati" dal doppiaggio italiano che li ha ribattezzati, con maggior spirito classicista, in "Olimpia" e "Còrilo". La serie è ideata ancora da Robert Tapert con John Schulian. Dello stesso periodo, non a caso, è la trasposizione disneyana di Ercole, con il lungometraggio *Hercules* (1997), 35° Classico Disney, da cui vengono tratti anche dei videogiochi, secondo la consuetudine, a metà anni '90 ormai consolidata, di tradurre in versione videoludica i film per trainarne il successo, in un connubio mediale che funziona.

Di anni più recenti è il dittico di film costituito da *Clash of the Titans* (2010), remake dell'omonima pellicola dell'81, e dal sequel *Wrath of the Titans* (2012), dove l'eroe è Perseo, interpretato da Sam Worthington, con suo padre Zeus interpretato da Liam Neeson e con gran parte dei personaggi del mito antico, rivisitati. Un concetto interessante di questi film, di per sé di scarso successo, è che le divinità stiano perdendo i loro poteri, alimentati dall'adorazione degli uomini, poiché questi hanno smesso di pregarli, vedendo come un eroe, un Perseo ormai famoso ma ritiratosi a vita privata, si sia mostrato in grado di batterli: ciò porta, nel corso della seconda pellicola, alla morte di diversi dèi, sempre più de-divinizzati. E altrettanto interessante è che anche la saga di Hercules e Xena terminava, una dozzina d'anni prima, con la morte degli dèi, la fine della loro èra e l'inizio del tempo in cui gli uomini devono cavarsela da soli: infatti questo Perseo, come l'Hercules interpretato da Kevin Sorbo, è un semidio che cerca la normalità, rifuggendo qualsiasi cosa lo avvicini alla divinità e disinteressandosi alla gloria. Come vedremo, pure nella lunga saga videoludica di *God of War* (2005-2022) assistiamo alla morte delle tiranniche divinità, uccise senza pietà da un eroe crudele come loro, Kratos: sembra che parte della narrativa contemporanea faccia rivivere gli dèi per poterli uccidere e asserire che noi mortali possiamo e dobbiamo vivere senza di loro (Fig. 3).

Un caso molto interessante sul fronte letterario è la saga fantasy di *Percy Jackson e gli dei dell'Olimpo* (2005-2009), di Rick Riordan, che ha avuto trasposizioni al cinema e nei videogiochi. Nei libri, e nelle loro conseguenti traduzioni mediali, l'eroe è l'adolescente Perseus Jackson detto "Percy", figlio del dio Poseidone e della mortale Sally

Jackson, in un universo dove gli dèi olimpici sono sempre esistiti e ora vivono a Manhattan, poiché è negli Stati Uniti che adesso sta "il cuore della civiltà occidentale": per creare la sua serie, Riordan si è ispirato alla Biblioteca dello Pseudo-Apollodoro, convogliando nei suoi romanzi gran parte dei miti classici coi quali il giovane semidio Percy si deve confrontare, come il succitato vello d'oro e il vaso di Pandora ad esempio.

Al medesimo tempo, leggende di eroi e miti vari prendono un loro posto all'interno di pellicole e serie ambientate nell'antichità classica non costituendone il nucleo narrativo, essendo, queste, delle storie realistiche, così che tali eroi e leggende vengono identificati come miti accettati nel patrimonio culturale di quell'universo narrato: è il caso del colossal di enorme successo *Il gladiatore* (2000), con Russell Crowe e Joaquin Phoenix, diretto da Ridley Scott, ispirato al romanzo *Those about to die* di Daniel Mannix (1958). Di poco dopo è il colossal epico *Troy* (2004) di Wolfgang Petersen, che aspira a essere una narrazione realistica, per quanto storicamente poco accurata, dell'Iliade, in cui dèi e ninfe non possono trovare posto. Più recente è la serie statunitense *Spartacus* (2010-2013) che si snoda in tre stagioni e rivisita molto liberamente le gesta del trace Spartaco, divenuto gladiatore e rivoltatosi contro la Repubblica romana nel 73 a.C. La libertà creativa nel trattare i fatti storici, in questi tre esempi, è molto ampia. In particolare, di *Spartacus* gli ideatori sono, non a caso, Steve S. DeKnight e Robert Tapert, lo stesso creatore di *Hercules* e *Xena*, e tra gli interpreti ritroviamo Lucy Lawless, sebbene qui, a differenza delle due serie di fine anni '90, l'elemento mitico e fantastico sia totalmente assente. In questo senso si potrebbero menzionare i romanzi storici di Valerio Massimo Manfredi, nonché la trasposizione filmica di uno di essi, *L'ultima legione* (2007), per la regia di Doug Lefler.

Su questo solco "realistico" un altro caso interessante è l'Ercole a fumetti della Radical Comics, protagonista di due *graphic novel* scritti da Steve Moore, *Hercules: The Thracian Wars* (2008) ed *Hercules: The Knives of Kush* (2009). Ne è stata realizzata una trasposizione filmica, *Hercules* (2014), diretta da Brett Ratner, con Dwayne Johnson a interpretare l'eroe. Questo Ercole non è un semidio ma solo un mercenario dotato di grandissima forza e astuzia che, con la sua banda di fidati compagni, combatte al soldo del miglior offerente, mentre intanto le sue gesta vengono trasfigurate nel mito grazie a un abile marketing

narrativo che alimenta la sua leggenda. Non è figlio di Zeus bensì un orfano, ed è tormentato dal non aver saputo salvare moglie e figli, sbranati da tre lupi feroci mandati da un suo nemico: ciò lo porta a vivere in conflitto con sé stesso e in cerca di espiazione.

In ambito prettamente videoludico, l'eroe classico è fin dalle origini uno dei soggetti ricorrenti: basti pensare che fra i primissimi titoli c'è l'avventura testuale *Ulysses and the Golden Fleece* (1981), dove è Odisseo stavolta a dover cercare il vello d'oro, realizzata per Apple II dalla defunta On-line Systems. Negli ultimi vent'anni i videogiochi a tema mitico sono notevolmente aumentati: *Age of Mythology* (2002), *Apotheon* (2015), *Immortal Fenyx Rising* (2020), *Titan Quest: Eternal Embers* (2021) e *God of War Ragnarök* (2022) sono solo degli esempi, senza considerare tutti gli altri titoli che esplorano la mitologia giapponese, quella norrena e così via.

A proposito della longeva saga di *God of War*, più volte citata, va detto che la propensione del pubblico a essere ben disposto a una "estetizzazione della violenza", anche per un bisogno catartico (Bruder 1998), ha decretato lo strabiliante successo dell'eroe (o forse meglio dire antieroe) Kratos, il "Fantasma di Sparta". Nel mito di riferimento, Kratos è un titano, figlio del titano Pallante e della ninfa oceanina Stige, ed è la personificazione del potere, che deve tutelare sé stesso a ogni costo: è lui a convincere Efesto a incatenare Prometeo affinché un'aquila gli mangi il fegato ogni giorno, per rispondere al desiderio di Zeus di punire nel modo giusto il titano che ha osare donare il fuoco agli uomini. Nella saga videoludica di *God of War* invece, Kratos è un generale spartano al servizio di Ares, finché lo uccide per vendicarsi del male subìto (è stato Ares a indurlo a massacrare la sua famiglia, per farne il guerriero perfetto) e ne prende il posto come dio della guerra; dopo muove guerra a tutti gli dèi per vendicarsi anche di loro e li stermina, finché sacrifica sé stesso: la Grecia precipita nel caos ma ora è libera dal giogo delle tiranniche divinità e, col suo sacrificio, potrà avere di nuovo speranza.

Fig. 3 - *God of War III*, videogioco per PlayStation 3, 2010
Fotografia di Claudio Gnoffo

Oggi l'epopea videoludica di questo (anti)eroe prosegue in terra norrena e vede un Kratos invecchiato e più saggio, più mite, a fianco del figlio Atreus a combattere, loro malgrado, contro gli dèi scandinavi, rivelando di essere loro due la causa del Ragnarök, l'apocalisse delle divinità nordiche. Come si diceva prima, una certa narrativa contemporanea sembra riprendere gli antichi dèi per umanizzarli ancor più di quanto facessero i greci stessi, per farli scendere al livello della mortalità umana e renderli fallibili, così che l'umanissimo eroe li possa uccidere, anche in modi crudeli: oltre a saziare il desiderio di una violenza estetizzata, questo concetto sembra ribadire che gli uomini devono rinunciare alle divinità e compiere il proprio cammino da soli. A sua volta, lo strepitoso successo del sanguinolento *God of War* ha ispirato *Dante's Inferno* (2010) – omonimo senza legami col *Dante's Inferno* dell'86 per Commodore 64 –, videogioco con le medesime modalità di combattimento, in cui una versione guerresca di Dante Alighieri del XII secolo, veterano della terza crociata, deve scendere negli Inferi e

cimentarsi in combattimenti sanguinosi con ogni tipo di demoni e bestie infernali lungo i nove gironi, aiutato da Virgilio e Santa Lucia, per espiare i propri peccati e altresì redimere l'anima di Beatrice, dannatasi per colpa sua.

Da questa brevissima disamina sin qui condotta, non sembra azzardato concludere che gli eroi del mito classico – incarnazioni, nell'antichità, dell'archetipo dell'eroe – riescano a rivivere nelle narrazioni contemporanee adattandosi benissimo alla cultura mediale in cui siamo immersi (sebbene a rischio di venire stravolti rispetto a come li abbiamo conosciuti e studiati), perché essi erano già, sin dalla loro origine, espressione del bisogno umano di avere eroi di riferimento che rappresentino il patire della condizione umana e lo possano lenire attraverso vittorie sul male, per quanto effimere, e audaci imprese, per quanto rischiose: è un bisogno universale, di ogni epoca.

Bibliografia

Bruno Sunseri, G., "L'avventura siciliana di Pirro", in *Atti Quarte Giornate Internazionali di Studi sull'area Elima (Erice, 1 – 4 dicembre 2000)*, Pisa, Scuola Normale Superiore, 2003, pp. 91 segg.

Calcani, G., "La serie dei tondi da Adriano a Costantino", in Conforto, M.L., Melucco Vaccaro, A., Cicerchia, P., Calcani, G., Ferroni, A.M., *Adriano e Costantino. Le due fasi dell'arco nella valle del Colosseo*, Roma, Electa, 2001, pp. 78-102.

Campus, A., "Herakles, Alessandro, Annibale", in Bernardini, P., Zucca, R., (a cura di), *Il Mediterraneo di Herakles. Studi e ricerche*, Roma, Carocci, 2005, pp. 201-221.

De Bernardin, M., "Per un'analisi della figura di Eracle in Sicilia: dal VII sec. a.C. all'età romana", in Ampolo, C., (a cura di), *Sicilia occidentale. Studi, rassegne, ricerche, Atti delle settime giornate internazionali di studi sull'area elima e la Sicilia occidentale nel contesto mediterraneo (Erice, 12 – 15 ottobre 2009)*, Pisa, Edizioni della Normale, 2012, pp. 305-312.

Giuliano, A., *Storia dell'arte greca*, Roma, Carocci, 1998, pp. 411-417.

Provini, S., Bost-Fiévet, M., "L'Antiquité gréco-latine dans l'imaginaire contemporain. Introduction générale", in Provini, S., Bost-Fiévet, M., (a cura di), *L'Antiquité dans l'imaginaire contemporain. Fantasy, science-fiction, fantastique*, Parigi, Classiques Garnier, 2014, pp. 15-34.

Vilches Manterola, L., *Diccionario de teorías narrativas 2: Narratología, cine, videojuego, medios*, Siviglia, Caligrama, 2021.

Sitografia

Bruder, M.E., "Aestheticizing Violence, or How To Do Things with Style", in *Film Studies*, Bloomington, IN, Indiana University, 1998, in

https://web.archive.org/web/20040908094032/http://www.gradnet.de/papers/pomo2.archives/pomo98.papers/mtbruder98.htm (ultimo accesso 30/04/2023).

L'istante del contemporaneo. Etica del tempo qualitativo in Kierkegaard e in Dreyer

Nicolò Germano e Luca Iencarelli *

Verso un esistenzialismo cinematografico

Concludendo il suo percorso di riflessione sul cinema, sulla sua struttura onto-logica, Gilles Deleuze – memore, per quanto critico, della lezione di André Bazin (2000, 3-10) – constatava la necessità di trasformare l'interrogazione sullo statuto dell'arte (appunto, «che cos'è il cinema?») in un'interrogazione diversa, «tutt'altra» (Derrida 2002, 115-144), che potesse e sapesse questionarsi infine sulla filosofia stessa (Deleuze 2017, 326-327). La domanda sull'arte cinematografica diventava così, e non gratuitamente, una domanda sulla filosofia, e sulle ricadute che questa ha sulla nostra vita concreta, comprese quindi tutte le manifestazioni artistiche che dall'esistentivo provengono. Che cos'è la filosofia? Forse che essa sia cinema? Quasi certamente, no. Pure è possibile – almeno di questo parere è Deleuze, e con lui gran parte, se non tutta, la filosofia del secondo Novecento che si è interrogata su tale problema, su tale possibilità – che la filosofia possa essere filmata, che i suoi concetti possano divenire immagini-movimento e immagini-tempo (Deleuze 2016; 2017) ovverosia, di nuovo, cinema. Se quest'ultimo, d'altra parte, è un linguaggio, perché dovrebbe essere a esso precluso la narratività, la traducibilità, di quanto espresso dalla filosofia?

In effetti, a partire da Bergson (che pure col cinematografo non ebbe mai un rapporto semplice: cfr. Angelucci 2013, 19 sgg.), gran parte della filosofia contemporanea ha colto la potenzialità espressiva e icastica del mezzo cinematografico, utile a ripensare e ad appro-

* Questo contributo è stato concepito dai due autori assieme. Tuttavia, è da attribuire a Nicolò Germano la stesura dei paragrafi 1, 2 e 4; a Luca Iencarelli la stesura del paragrafo 3.

fondire la ri-flessione concettuale, classicamente esposta per mezzo stampa, cioè attraverso il supporto, il medium, del libro. In questo senso la pellicola era, ed è tutt'ora – anche se, forse, viriamo verso un altrove, nei dintorni di un cinema-due (Casetti 2005, 297 sgg.), di una novità assoluta che col cinema classico ha ormai ben poco a che spartire – un nuovo medium, un mezzo tutt'affatto concreto per tradurre ciò che i filosofi hanno pensato, o per esprimere idee proprie, nuove perché contemporanee, giacché il regista, quando è vero autore, quasi sempre diventa anche grande filosofo, filosofo del concreto esistente, prolungando perciò quel percorso aperto, per la storiografia filosofica, dall'esistenzialismo. [1]

Ma quale tipo di filosofia sarà possibile rendere cinematograficamente? Appunto, molto probabilmente, piuttosto una filosofia dell'esistenza – dei suoi stadi, delle sue possibilità [2] –, una filosofia concreta, che non una filosofia astratta, sideralmente lontana da ciò che rende l'uomo *humanus*. Solo una filosofia esistentiva, infatti, permette quel passaggio, quella μετάβασις, propria del mezzo cinematografico: essa si prospetta come una θεωρία; appunto un pensare che è, subito e immediatamente, nell'istante (Celada Ballanti 2019, 143-157), un vedere, una traduzione in immagini di un pensiero.

Nel panorama moderno e contemporaneo, a rispondere a tale esigenza è quella corrente filosofica che si è appunto soliti identificare con il termine "esistenzialismo", padre putativo della quale è stato il filosofo danese Søren Kierkegaard, che con il suo pensiero ha avuto modo di rinnovare gli stilemi classici del linguaggio filosofico (Stewart, Nun 2016), arricchendo la sua riflessione – davvero contemporanea, in virtù della sua costitutiva atopia, cifra di ogni genuino filosofare – di procedimenti letterari inusitati, decisamente vicini a delle piccole sceneggiature, quasi ad anticipare l'avventura della settima arte. Oltre alle novità stilistiche, Kierkegaard rinnovò potentemente il pensiero filosofico, avvicinando la riflessione teoretica all'esistente concreto, cioè all'uomo, colto costitutivamente nei tre stadi principali (con tutto il corollario susseguente degli stati d'animo a esso inscindibilmente col-

[1] Sull'esistenzialismo e il cinema, il riferimento principale, in questa sede, va a Sartre 1970; 1990; 2007.

[2] Sull'esistenzialismo come filosofia della possibilità, cfr. Abbagnano 1988; Chiodi 1970, 25-28; 181-197.

legati), ovvero stadio estetico, etico e, infine, il più importante, quello religioso. Per rendere empaticamente, e aumentare così le possibilità di comunicazione (Kierkegaard 2015), tali determinazioni esistenziali, accanto a un modo (e non un metodo) di scrivere di filosofia capace di calarsi direttamente nel personaggio descritto e nella sua situazione, più vicino a certe innovative tecniche psicoanalitiche che ai classici dell'Ottocento, egli pensò di utilizzare nuove categorie, che potessero attagliarsi meglio alla situazione esistentiva presentata.

Kierkegaard, infatti, difendendo l'Idea (e cioè: l'idea che lo stadio religioso, sul cammino dell'esistenza, fosse il più importante [3]), intende anche muoversi incontro a tale idea e *divenire*, egli stesso, tale idea. Ciò significa riaffermare, in un tempo in cui tale concetto era caduto nel discredito più assoluto, la centralità del divenire (e con esso la *possibilità* e la *libertà*), *contra* la necessità – il necessitarismo – propugnato dalla filosofia hegelista (Stewart 2003).

Ordine e dis-ordine del tempo. Pensieri dall'istante

Dove, e cioè "quando?" (Deleuze 2016, 5 sgg.), si produce il divenire, e con esso la possibilità della libertà? Nel tempo, nell'estasi del divenire temporale. Ma, di nuovo, per difendere l'importanza di tali categorie occorreva che Kierkegaard ripensasse la temporalità, per trasformarla in un *qualche cosa* capace di rapportarsi direttamente, nell'immediato, puntualmente, all'esistente, al *Dasein*. In Kierkegaard, insomma, il tempo viene ad assumere una valenza nuova rispetto a quella nella quale era stato costretto da gran parte del pensiero filosofico coevo: tale concetto diventa un concetto qualitativo, e non più quantitativo; intensivo, non estensivo. Questa θεωρία si compendia nel pensiero dell'istante [4] (dell'Øieblik, battito di ciglia, momento puntuale e immediato di scoperta, di approfondimento assoluto del reale che ci circonda, fino ad arrivare a una nuova verità, a una nuova concezione del tempo e, di conseguenza, della nostra stessa esisten-

[3] Cfr. la pregnante ricostruzione proposta da Fabro 1993, XIV-XXVIII.

[4] Luoghi canonici della trattazione dell'"istante" (ἐξαίφνης, *punctum*, Øieblik, *Augenblick*) sono: Platone 1994, 405-406; 516; p. 1820; Aristotele 2007, 173-175; Kierkegaard 2012, 100; 155; Nietzsche 1968, 184.

za): il tempo è l'istante della scoperta di noi stessi, e cioè di noi stessi in quanto rapporto im-mediato a una trascendenza, a un Dio (a uno *spazio di Dio*) che ci pone, che pone il *Da* in quanto realtà creaturale. In questo senso, la verità del tempo non può che essere colta nell'istante, il miracolo che dischiude a una comprensione fatta nuova dell'esistente tutto, con un'apertura meta-cosmica, tanto religiosa quanto etica. Scrive Deleuze, che coglie bene – benché partendo da premesse e arrivando a conclusioni decisamente differenti – quanto vuol dire, a livello teoretico, il filosofo danese:

> Ma che cos'è questo ordine del tempo? Non è più il presente variabile, è l'istante. L'istante è il presentimento che qualcosa che è posto come futuro […] è di fatto già qui. Voi vivete un istante quando, allo stesso tempo, ponete qualche cosa come prossima ad accadere […] e, in un certo modo, voi scoprite che è già qui. In altri termini l'istante è al di qua del futuro. È *l'imminenza dell'avvenire*. Nello stesso tempo in cui il futuro fa posto all'imminenza che è tutt'altra cosa rispetto al futuro, è il già qui del futuro, nello stesso movimento avviene un regresso infinito del passato. Sono le due fasi dell'istante. *Un al di là del passato che scarta dal passato* (Deleuze 2010, 41).

L'istante, la puntualità in cui il tempo stesso dilegua, rende di fatto e di diritto inane la temporalità in senso quantitativo, estensivo. Il tempo, come tale, arde ed è combusto nell'attimo, per essere dipoi ricompreso in una luce più profonda: come immagine mobile della divinità, che pone l'uomo come l'essere-ente capace di andare al di là del piano dell'immanenza – al quale, invece, resta spinozianamente legato Deleuze (1999; 2016) e, con lui, molto post-modernismo [5] – e di raggiungere il cuore della trascendenza stessa. La comprensione della trascendenza non potrà che andare oltre, al di là, del comune sentimento – ma questa volta esso è, ancora, concetto astratto, non essendo di già divenuto qualità – del tempo, e più precisamente verso un tempo che, se concettualmente è riconducibile a una dottrina, una teoria dell'istante, da un punto di vista pratico, e non meramente crono-logico, potrebbe essere ricondotto nel novero della contemporaneità, della vera contemporaneità.

[5] Cfr., per la presenza dello spinozismo nel pensiero postmoderno, Negri 2013.

Kierkegaard abbozza teoreticamente ed epistemologicamente il problema dello statuto della *temporalità* nel suo capolavoro filosofico, le *Briciole di filosofia*, testo del 1844, che potremmo quasi leggere in parallelo con l'altra grande opera kierkegaardiana che introduce a una nuova concezione del tempo, *La ripetizione*, del 1843. Chiediamoci, dunque: che cos'è, per Kierkegaard, il tempo? Perché esso è pensabile solamente all'interno di una dialettica dell'immediato contenuto nell'istante? E perché solo l'istante è il vero tempo, la vera contemporaneità? Cos'è contemporaneo – e quindi: che cos'è la filosofia, e con essa tutti i modi, tutte le riflessioni artistiche e prasseologiche che a essa si accompagnano? Giorgio Agamben, nella lezione inaugurale al suo corso di *Filosofia Teoretica* presso lo IUAV di Venezia, ha avuto modo di riflettere – e forse partendo proprio da autori vicini, affini, al pensiero kierkegaardiano – sullo statuto e sul significato da attribuire al contemporaneo, che egli prova a definire così:

> La contemporaneità è, cioè, una singolare relazione col proprio tempo, che aderisce a esso e, insieme, ne prende le distanze; più precisamente, essa è *quella relazione col tempo che aderisce a esso attraverso una sfasatura e un anacronismo*. Coloro che coincidono troppo pienamente con l'epoca che combaciano in ogni punto perfettamente con essa, non sono contemporanei perché, proprio per questo, non riescono a vederla, non possono tenere lo sguardo fisso su di essa (Agamben 2008, 9-10).

Ma da cosa è segnata questa «singolare relazione col proprio tempo» che siamo soliti chiamare "contemporaneità", tributandole spesso significato estensivo piuttosto che intensivo? Ritornando a Kierkegaard, la contemporaneità è l'unica postura che l'uomo, l'esistente concreto, possa adottare nei confronti del tempo, per viverlo veramente, per prenderlo sul serio, e vivere così una vita inter-essata, inter-essata cioè al problema del religioso, al rilievo che la trascendenza ha, di libera necessità, nella vita umana. E questo perché solo nel contemporaneo, attraverso «una sfasatura e un anacronismo», è possibile cogliere l'istante, il miracolo, il para-dosso (cioè ciò che sconvolge la ragione limitata dell'uomo) che marca la costante presenza, nella nostra realtà, kierkegaardianamente, di un Totalmente Altro cui non possiamo sfuggire, al quale siamo sempre e comunque legati.

L'istante è un movimento, un battito di ciglia che proietta il *Ci*, il *Da*, direttamente nell'alveo del trascendente, e che poi, attraverso un

altro movimento immediato, un altro istante, lo fa ritornare alla vita quotidiana, a un immanente che, però, si palesa allo sguardo dell'uomo religioso (l'unico che *viva* il tempo) in maniera completamente diversa. Il cinema, e non solo il grande cinema, è sempre un movimento, una κίνησις. Il grande cinema, oltra a essere un movimento *sic et simpliciter*, è anche un movimento, una direzione che qualcuno indica (il regista) per provare a raggiungere lo spazio della trascendenza, il luogo del tempo in quanto qualità. In ciò – come ha tentato di dimostrare, con una formidabile intuizione, Paul Schrader nella sua tesi di laurea (Schrader 2010) – alcuni grandi registi sono stati davvero discepoli di Kierkegaard: il cinema è anche, se non soprattutto, un tentativo di cambiare lo sguardo, di torcerlo infine verso la fonte della luce, pur sempre mantenendo quella penombra che, sola, permette la visione.

Il cineasta sarà allora un buon demiurgo, un artista capace di raggiungere, per via allusiva, una trascendenza impossibile da spiegare con le parole, con le parole della filosofia come classicamente è stata intesa. Non stupisce perciò che Kierkegaard abbia influenzato una folta schiera di cineasti: da Bergman ad Allen, passando per Tarkovskij e Kurosawa, quasi nessuno dei grandi maestri è rimasto estraneo e indifferente al pensiero del padre dell'esistenzialismo (Adinolfi 2003).

Dreyer interprete di Kierkegaard

Ma il regista che sembra essere stato maggiormente segnato dalla lezione del filosofo danese è proprio un suo conterraneo, Carl Theodor Dreyer, probabilmente, però, a fronte di una vicinanza più biografica che geografica, data la sua infanzia tormentata che molto ricorda quella di Kierkegaard, caratterizzata da un senso di abbandono e da una naturale tendenza alla ribellione (Bernardi 2003, 17). La sua intera carriera cinematografica, da *Præsidenten* (1919) a *Gertrud* (1964), pare assimilare la condizione umana a quella di un bambino che ha perduto la madre, ma non irrimediabilmente (Bernardi 2003, 180): la Fede, la fede autentica, per Dreyer, può tutto, persino risuscitare quest'ultima dall'oltretomba, come una novella Alcesti.

Proprio a questo riguardo, tra tutta la sua produzione, è specialmente la pellicola del 1955, *Ordet* ("la Parola") a tradurre in immagi-

ni-movimento il pensiero – mistico (Adinolfi 2018, 14-15) – di Kierkegaard. Così come il filosofo s'interrogava sul conflitto tra il vero credo e la cristianità contemporanea, Dreyer mette in scena il religioso all'epoca della crisi del religioso, nel tempo del nichilismo. [6] Tratto dall'omonima *pièce* teatrale di Kaj Munk, pastore danese giustiziato dalla Gestapo e oggi ricordato come martire della fede cristiana, l'intreccio pare relativamente semplice, tipicamente riferibile alla commedia pastorale. I personaggi discutono di miracoli, si domandano che cosa significhi credere e in che cosa consista in verità la fede: ognuno ha la propria visione del mondo, inconciliabile con quella altrui. Ma si tratta di una serie di "input" deliberatamente ignorati dallo spettatore: è infatti solo la maestria di Dreyer a mettere in risalto, incoativamente, queste tematiche, assieme alla figura di Johannes, un falso profeta, un povero folle, una caricatura necessaria per il rilascio *ironico* (Kierkegaard 1995) del dramma.

Ciò che sin da subito appare straniante, *unheimlich* e atopico per lo spettatore, e che rende *Ordet* un esempio più unico che raro nella storia del cinema narrativo, è l'assenza di titoli di testa: né il nome di Dreyer né tantomeno quello degli attori compaiono sullo schermo. Il film si apre infatti semplicemente con la sovraimpressione (manoscritta) "Kaj Munk Ordet". Sebbene per alcuni non si tratti d'altro che di una professione d'umiltà da parte del regista (Cincotti 1956, 9), questo anonimato potrebbe essere ricondotto a un celebre stilema kierkegaardiano (Mooney 2013, 191-210): la pseudonimia attraverso la quale il filosofo soleva pubblicare i propri scritti. Così come Frater Taciturnus e Victor Eremita, per citarne soltanto alcuni, agivano da meri editori di manoscritti finzionalmente ritrovati, Dreyer è un semplice editore dell'opera di Munk; proprio come Kierkegaard egli intende rendersi invisibile, scomparire dalla scena, assentarsi nella sua stessa onnipresenza:

[6] Conferma Ziolkovski: «Although Kierkegaard is mentioned only once in *Ordet*, Munk's play and, even more so, Dreyer's film may each be viewed as a theatrical or cinematic transposition of Kierkegaard's thinking about the conflict of authentic Christian faith with the mores of modern Christendom» (Ziolkovski 2011, 294). Sul nichilismo rimangono imprescindibili gli studi di A. Caracciolo, riportati in *Bibliografia*, che informano anche il presente contributo.

> The true sound film should give the impression that the camera-man has sneaked into one of the city's home just as a drama is being played out in the family. Hidden under his cloak of invisibility he plucks out the most important scenes of the drama and disappears as noiselessly as he came (Drum & Drum 2000, 170-171).

Difatti, al di là della prosaica attualità della pièce di Munk, è lo stesso occhio della camera ad attribuire un'indiscutibile contemporaneità all'opera di Dreyer: la cinepresa forza gli attori a vivere *nel* dramma, come una sorta di terza persona che cammina tra di loro. I *long take*, tecno-precursori del futuro *slow-cinema*, trasportano lo spettatore nel ruolo di osservatore attivo: le singole inquadrature, dalla durata media di sessantacinque secondi (circa sei volte tanto la media del tempo), conferiscono al dramma una natura indubbiamente statica; per tutto il film ci pare di assistere a un lungo piano sequenza, poiché la durata del racconto spesso coincide con la durata della storia stessa: ciò permette lo sviluppo di un profondo senso di contemporaneità, tra la finzione del film e la nostra realtà. Quasi fluttuando nella routine della famiglia Borgen, la macchina da presa accorda al film un ritmo biologico: sentiamo il pulsare del cuore del patriarca Morten, attanagliato da dubbi esistenziali; percepiamo l'odore di tabacco che impregna le spesse mura della dimora di famiglia; udiamo il fruscio del vento smuovere il mare di campi di grano dello Jutland. Mostrandoci un assetto in ogni senso familiare e perciò autentico, «Dreyer trasmuta la banalità del quotidiano nella *poesia* del quotidiano» (Tavilla 2018, 19, *corsivo mio*).

Inoltre, la mancanza di riferimenti cronologici esatti (come l'espediente narratologico del manoscritto) si rivela, sia per Kierkegaard che per Dreyer, un efficace pretesto per operare una sorta di "sospensione temporale". In altre parole, ciò che sta a cuore ai due maestri danesi è comunicare *direttamente* (Kierkegaard 2015) una verità più alta di quella quotidiana, soggettiva: una «unicità universale» (Tavilla 2018, 21), dagli echi certamente kantiani. Se per il mezzo cinematografico il calcolo eseguito da Frater Taciturnus negli *Stadi* per risalire all'anno esatto della stesura del codice ritrovato apparirebbe ridondante, in *Ordet* gli unici indizi di modernità sono il telefono e la macchina del dottore, utili per la narrazione. La famiglia Borgen conduce fondamentalmente le medesime abitudini delle famiglie contadine che per secoli l'hanno preceduta e che per secoli le succederanno.

E proprio questa contemporaneità-quotidianità è la prima delle tre fasi di un complesso processo attraverso il quale, secondo Paul Schrader, il cinema può raggiungere, in un'ottica fortemente influenzata dalla filosofia zen, l'immanenza del Trascendente. Come Maren ripone la sua innocente fiducia nello zio (rinsavito), allo stesso modo lo spettatore deve confidare nelle capacità del cinema, un'arte dal potenziale intensamente spirituale. Per far sì che ciò accada, il regista-demiurgo deve scegliere di rappresentare *le quotidien*, privilegiando il silenzio e l'immobilità a discapito dei momenti salienti del dramma tradizionale, celebrando in questo modo «la pura superficie dell'esistenza, quei banali avvenimenti che separano il vivo dal morto, la natura in movimento della materia inerte, quegli avvenimenti che la maggior parte della gente identifica con la vita stessa» (Schrader 2002, 34). Queste costituiscono però soltanto il preludio al *momento decisivo*, all'istante ri-velatore: si tratta di una vera e propria *scissione*, «un'incrinatura che si allarga sempre di più nella piatta superficie della realtà quotidiana» (Ivi, 35).

Questo momento di "oltrepassamento", il darsi del futuro che entra in noi prima che esso avvenga, coincide con la scena del *miracolo*, dirimente per lo stesso Dreyer: «I made *Ordet* in order to show myself that I could make a miracle which people would believe in» (Lerner 1966, 63). Chi ha fede può operare miracoli; ma, affinché il pubblico abbia fede, è necessario che esso sia mosso da ciò a cui sta assistendo. E cosa ci smuove di più, se non il pensiero della morte? Mediante la straziante scena del parto (così disturbante da essere stata tagliata nella versione americana, sebbene nessun fotogramma mostri direttamente né la morte del bambino né la sofferenza sul volto di Inger), Dreyer angoscia lo spettatore portandolo a pensare alla *propria* morte. Ma la realtà dei fatti è che «l'uomo può essere morto nella vita e vivo nella morte» (Guerrini 1987, 151): la vera malattia che affligge i personaggi di *Ordet*, che contagia implacabilmente il nostro tempo, è la mancanza di fede. [7] Ecco perché la sofferenza di Inger è della mede-

[7] Per Dreyer credere equivale a compartecipare alla gioia del mondo, ben lontana cioè dal fanatismo, come al regista preme sottolineare. Allevato da una famiglia (adottiva) bigotta e austera, dalla mentalità religiosa rigorista, tale religiosità trova in *Ordet* il suo corrispettivo nella famiglia rivale dei Petersen. La fede è indissolubilmente legata all'esistenza religiosa dell'uomo, ma non per questo inconciliabile

sima forza di quella dell'emarginato Johannes: la giovane madre e il figlio più promettente della famiglia (rovinato da quella sua passione per Søren Kierkegaard, come lamenta il fratello Mikkel [8]), così come in verità tutte le meste eroine dreyeriane [9], sono vittime dell'abbandono, dell'assenza di *fides*, ovvero di fede *e* fiducia.

Come già anticipato in precedenza, il sublime e ridicolo Johannes subisce addirittura una doppia esclusione: *nella* narrazione e *dalla* narrazione. Oltre a essere totalmente estromesso da un ruolo attivo nella quotidianità familiare, egli sembra essere relegato da Dreyer a una figura tragicomica, quasi insignificante per l'economia del racconto. In realtà, forse ispirato da due pellicole di poco precedenti – *Francesco, giullare di Dio* (1950) di Roberto Rossellini e *Iriku* (*Vivere*, 1952) di Akira Kurosawa – il regista si serve di un personaggio apparentemente demenziale e folle come Johannes per criticare la cultura a lui coeva, opponendosi in particolare ai tentativi moderni di ammorbidire o di ignorare gli elementi più estremi dell'insegnamento cristiano, come il sacrificio o la fede nella risurrezione corporea. Già Paolo, nella *Prima lettera ai Corinzi*, sostiene che la pazzia può essere in realtà la vera saggezza che viene da Dio (1Cor, 1:18-31): ad esempio, si può riportare, come prototipo dell'*holy fool* (Doebler 2013), Simeone di Emesa, monaco asceta siriano che, dopo anni di eremitaggio nel deserto, ritorna nella civiltà per volere di Dio, simulando l'insania per deridere il mondo e salvare le anime dei suoi concittadini.

È l'emarginazione che garantisce a Johannes una totale libertà, preclusa a tutti gli altri personaggi del racconto: una libertà che non è legata alle preoccupazioni mondane e che gli consente di rimettere in discussione le convenzioni sociali, siano esse politiche, religiose o morali; una «libertà di Dio, che sfugge a ogni tentativo di raziona-

con la scienza moderna: «non ho rigettato la scienza moderna per il miracolo della religione. […] I pensieri paradossali e le idee espresse nel dramma sono stati provati da recenti ricerche psichiche compiute da pionieri quali Rhine, Ouspensky, Dunne, Aldous Huxley ecc.» rivela Dreyer a Guido Aristarco (Aristarco 1967, 121). È il dottore per primo a credere nel miracolo, non il pastore, titubante.

[8] Da *Ordet*: Mikkel, parlando col pastore: «L'ha rovinato quella sua passione, la colpa è di Søren Kierkegaard».

[9] Scrive Aristarco (*ibidem*): «Inger, ma anche Giovanna [d'Arco] e Anne – la protagonista di *Dies Irae* – e Gertrud sono donne sole; non trasparenti agli "altri", gli uomini parlano accanto a loro, non a loro».

lizzazione umana» (Bernardi 2003, 179). Se dunque la razionalità è ordine, quello delle famiglie Borgen e Petersen, ligie ai propri doveri e rituali, e più in generale quello della Chiesa, allora la follia di Johannes incarna il disordine, l'entusiasmo divino, in grado di sconvolgere l'apparente ordine del già dato. Affinché però questo caos potenziale sia capace di una nuova fede, bisogna che il *Deus absconditus* si riveli.

A seguito del miracolo fallito, il primo tentativo di resuscitare la defunta Inger, Johannes si rifugia nella notte (così come Gesù prima dell'estremo sacrificio), lasciando una sola nota scritta: «Io me ne vado e voi mi cercherete, ma là dove io vado non potrete venire» (Gv 13,33). [10]

Tra le tenebre di quella notte di lutto egli si prepara, attraverso l'isolamento e la sofferenza, alla sua con-versione. Citando qui per la prima volta l'autorità evangelica egli recupera il proprio nome, e con esso la propria identità: Giovanni-Johannes. Da incarnazione kenotica del Cristo egli diviene testimone *di* Cristo, *in* Cristo; da folle che parla *come* Gesù, Johannes diviene colui che parla con autorità *per* Gesù. Questo ritorno, decostruttivo, alla ragione, viene messo in risalto da un altro elemento chiave della messinscena: l'illuminazione. Associando per tutto il film la chiarezza e il candore al personaggio di Inger, «anima pura e portatrice di bene» (Salvestroni 2011, 102) e penombra alla condizione patologica di Johannes, Dreyer ci prepara all'estasi del miracolo. [11] Il cero spento poggiato sul davanzale, accanto alla lettera, indica come ormai Johannes sia conscio di non essere lui la luce nel mondo. Nella scena seguente, quella che chiude il film, Maren e lo zio sono le uniche persone vestite di bianco: i due, stringendosi per mano, si affidano totalmente a Dio, dando prova di una fede immensa. Avvolti da un innaturale bagliore, compiono la propria scelta dinanzi all'ultimatum, all'*aut-aut* posto da Dreyer: credere *o* non credere.

[10] Ma nel film la frase è citata con una notazione biblica differente (*Gv* 18,20).

[11] André Bazin la definisce "metafisica del bianco", così sublime e perfetta, da considerare *Ordet* come «l'ultimo film in bianco e nero, quello che chiude tutte le porte» (Bazin 2017, 43).

Nicolò Germano e Luca Iencarelli

Nota conclusiva

Ma cosa rimane, allora, oggi della filosofia? E cos'è il cinema – ma il che è *lo stesso* (*Dasselbe*, non *das Gleiche*), uno *stesso* che non è mai l'*identico*, ossia una stessa cosa che però non è identica a quella, perché è fatta nuova – oggi? Forse un nuovo modo di rapportar-Ci allo spazio della trascendenza, che sappia tener conto tanto del piano immanente quanto del piano che ci pone: tale possibilità viene offerta all'uomo a partire da una nuova concezione della temporalità, che tenga ferme tutte quelle condizioni che, sole, rendono tale l'uomo in quanto uomo. E cos'è, allora, il tempo? Forse che sia l'*istante della contemporaneità*? Gioverà, a tal proposito, continuare a leggere e a meditare una pensosa pagina kierkegaardiana dedicata al problema, concettuale ed esistentivo, della contemporaneità:

> Ma che significa che si può essere contemporanei senza essere contemporanei, che si può essere contemporanei e tuttavia […] non essere contemporanei? Il contemporaneo è colui che riceve la condizione di poter vedere la gloria con gli occhi della fede, pur essendo nel peccato. Ma quel contemporaneo non è, in senso immediato, un testimone, ma è contemporaneo come credente, nell'autopsia della fede. Ma in questa autopsia, a sua volta, ogni non-contemporaneo è contemporaneo (Kierkegaard 2012, 131-132).

Bibliografia

Abbagnano, N., *Scritti esistenzialisti*, a cura di Maiorca, B., Torino, Utet, 1988.

Adinolfi, I., (a cura di), *NotaBene. Quaderni di studi kierkegaardiani. Vol. III: L'arte dello sguardo. Kierkegaard e il cinema*, Roma, Città Nuova, 2003.

Adinolfi, I., *Il segreto di Abramo. Una lettura mistica di "Timore e tremore"*, Genova, Il Melangolo, 2018.

Agamben, G., *Che cos'è il contemporaneo?*, Roma, Nottetempo, 2008.

Angelucci, D., *Filosofia del cinema*, Roma, Carocci, 2013.

Aristarco, G., *La «Parola» di Dreyer*, in Herder Giacobbe, M., *Carl Theodor Dreyer. Cinque film: seguiti da tutti gli scritti sul cinema*, trad. di M. Rinaldi, Torino, Einaudi, 1967, pp. 121-134.

Aristotele, *Fisica*, a cura di Ruggiu, L., Milano-Udine, Mimesis, 2007.

Bazin, A., *Che cosa è il cinema? Il film come opera d'arte e come mito nella riflessione di un maestro della critica*, trad. di A. Aprà. Milano, Garzanti, 2000.

Bazin A., *Il cinema della crudeltà*, trad. di E. Bruno, Roma, Medusa, 2017.

Bernardi, A., *Carl Theodor Dreyer – Il Verbo, la legge, la libertà*, Recco, Le Mani, 2003.

Caracciolo, A., *Nulla religioso e imperativo dell'eterno. Studi di etica e di poetica*, nuova ed. a cura di Venturelli, D., Genova, Il Nuovo Melangolo, 2010.

Casetti, F., *L'occhio del Novecento. Cinema, esperienza, modernità*, Milano, Bompiani, 2005.

Celada Ballanti, R., *Augenblick, tempo ed eternità in Alberto Caracciolo*, in Venturelli, D., (a cura di), *Eredità di Alberto Caracciolo. Filosofia, esperienza religiosa, poesia*, Napoli, Liguori Editore, 2016, pp. 143-157.

Chiodi, P., *L'esistenzialismo*, Torino, Loescher, 1970.

Cincotti, G., (a cura di), *La Parola. Sceneggiatura desunta dalla copia originale del film*, Roma, Bianco e Nero, 1956.

Deleuze, G., *Cinema*, trad. di M. Bertolini, Milano-Udine, Mimesis, 2010.

Deleuze, G., *L'immagine-movimento. Cinema 1*, trad. di J.-P. Manganaro, Torino, Einaudi, 2016.

Deleuze, G., *L'immagine-tempo. Cinema 2*, trad. di L. Rampello, Torino, Einaudi, 2017.

Derrida, J., *Donare la morte*, trad. di L. Berta, Milano, Jaca Book, 2002.

Doebler, P.L., "Jest in Time: The Problems and Promises of the Holy Fool in 'Francesco, giullare di Dio', 'Ordet', and 'Ikiru'", in *Journal of Religion & Film*, Vol.17, April 1, 2013.

Drum, J., Drum, D.D., *My Only Great Passion. The Life and Films of Carl Th. Dreyer*, Lanham, Rowman & Littlefield, 2000.

Fabro, C., *Introduzione*, in Kierkegaard, S., *Opere*, a cura di Fabro, C., Firenze, Sansoni, 1993, pp. XI-LXXIV.

Guerrini, L., *Johannes Ordet. Dalla figura dell'"uomo col rum" a quella dell'anticristo*, in Martini, A., (a cura di), *Il Cinema di Dreyer. L'eccentrico e il classico*, Venezia, Marsilio Editori, 1987, pp. 144-195.

Kierkegaard, S., *Opere*, a cura di Fabro, C., Firenze, Sansoni, 1993.

Kierkegaard, S., *Sul concetto di ironia in riferimento costante a Socrate*, a cura di Borso, D., Milano, Rizzoli, 1995.

Kierkegaard, S., *Briciole filosofiche. Ovvero un poco di filosofia*, a cura di Regina, U., Brescia, Morcelliana, 2012.

Kierkegaard, S., *Scritti sulla comunicazione*, a cura di Fabro, C., Milano-Udine, Mimesis, 2015.

Kierkegaard, S., *Stadi sul cammino della vita*, a cura di Koch, L., Milano, ES, 2017-2018.

Lerner, C., "My Way of Working in Relation to the Future: A Conversation with Carl Dreyer", in *Film Comment*, Fall 1966, Vol. 4, No. 1, pp. 62-67.

Mooney, E.F., "Pseudonyms and 'Style'", in Lippit, J., Pattison, G., (eds.), *The Oxford Handbook of Kierkegaard*, Oxford, Oxford University Press, 2013 pp. 191-210.

Negri, A., *Spinoza for Our Time: Politics and Postmodernity*, New York, Columbia University Press, 2013.

Nietzsche, F., *Così parlò Zarathustra. Un libro per tutti e per nessuno*, in Id., *Opere di Friedrich Nietzsche*, vol. 6/1, ed. it. condotta sul testo stabilito da G. Colli e M. Montinari, trad. di M. Montinari, Milano, Adelphi, 1968.

Platone, *Tutti gli scritti*, a cura di Reale, G., Milano, Rusconi, 1994.

Salvestroni, S., *Il Cinema di Dreyer e la spiritualità del Nord Europa. Giovanna d'Arco, Dies Irae, Ordet*, Venezia, Marsilio Editori, 2011.

Sartre, J.-P., *L'art cinématographique*, in Id., *Les* écrits *de Sartre*, éd., M. Contat et M. Rybalka, Paris, Gallimard, 1970, pp. 546-552.

Sartre, J.-P., *Apologie pour le cinéma. Défense et illustration d'un Art international*, in Id., Écrits *de jeunesse*, éd. M. Contat et M. Rybalka, Paris, Gallimard, 1990, pp. 385-405.

Sartre, J.-P., *L'immaginario. Psicologia fenomenologica dell'immaginazione*, trad. di R. Kirchmayr, Torino, Einaudi, 2007.

Schrader, P., *Il trascendente nel cinema*, a cura di Pedullà, G., Roma, Donizelli Editore, 2002.

Stewart, J., Nun, K., (eds.), *Kierkegaard and the Greek World. Tome I: Socrates and Plato. Tome II: Aristotle and Other Greek Authors*, London, Routledge, 2016.

Tavilla, I., "*Ordet* by Carl Theodor Dreyer – A Kierkegaardian Movie?", in *European Journal of Science and Theology*, June 2018, Vol.14, No.3, pp. 13-26.

Ziolkowski, E., *The literary Kierkegaard*, Evanston, Northwestern University Press, 2011.

L'Apocalisse: come si presenta, come ce la raccontiamo

Claudio Gnoffo

L'etimologia della parola "apocalisse" è nota: da *apokáliüpsis*, significa "disvelamento", "rivelazione", e intende nell'ebraismo la rivelazione che Dio fa a un profeta, che la trascrive. Nel cristianesimo con l'ultimo libro del Nuovo Testamento, ossia l'Apocalisse di Giovanni detta anche "Libro della Rivelazione", la parola inizia ad avere quell'uso che oggi comunemente le associamo: dissoluzione delle cose ultime, fine rovinosa di tutto. Quella che è la *apokáliüpsis Iesōû Christōû* «secondo un modello che è disvelante e utopico al tempo stesso» (Lombardo 2013, 52), poi viene appiattita, dalla cultura di massa, nella mera narrazione di come saranno spazzate via tutte le civiltà. La letteratura apocalittica è più antica del "Libro della Rivelazione" di Cristo all'apostolo Giovanni, è presente già nell'Antico Testamento dov'è sostanzialmente il disvelamento delle promesse di Dio al Suo popolo affranto nei momenti di crisi, tramite un profeta che ne fa un testo scritto per i presenti e per i posteri: da una crisi, viene la caduta ma anche il futuro riscatto.

Nel presente lavoro, s'intende affrontare la questione dell'apocalisse per come essa è rappresentata nell'immaginario comune, spesso tramite la narrazione dell'Armageddon (altro termine greco, di origine ebraica, usato ormai in senso esteso) quale catastrofica fine di tutte le cose. Tale analisi sarebbe troppo vasta se volesse prendere in esame tutta la produzione sul tema già solo negli ultimi dieci anni: perciò sarà condotta limitatamente, osservando da vicino due opere letterarie nonché un'opera filmica che possano fare da tappe in un breve percorso riflessivo.

"L'ultimo uomo", *The Last Man*, è il perfetto caso di storia apocalittica ed è anche la possibile risposta all'ipotetica domanda: "qual è oggi

il secondo romanzo più famoso di Mary Shelley dopo *Frankenstein*?" sebbene, finché lei visse, fosse il romanzo più stroncato dai suoi critici.

Venne pubblicato nel 1826: Mary era già vedova di Percy Bysshe Shelley ed era ormai nota come l'autrice del capolavoro sul Prometeo Moderno. *Frankenstein* era alla sua seconda edizione, stavolta non anonima grazie a un (raro, per lui) gesto di protezione di suo padre, William Godwin, che aveva visto come le pièce teatrali tratte dal romanzo, che non riconoscevano nessun credito all'autore misterioso della prima edizione, stessero proliferando (Sampson 2018, 279). Insomma *The Last Man* venne pubblicato quando Mary Shelley era già affermata, ed era una donna sola. Quest'opera ha una caratteristica peculiare in comune col romanzo sul Prometeo Moderno: affronta in maniera innovativa un tema (nel *Frankenstein*, gli esperimenti sulla materia morta per carpire il segreto della vita) che di per sé però non era inedito al tempo della Shelley: lei si affianca a una lunga tradizione d'interesse degli intellettuali inglesi verso i temi apocalittici che dà i frutti più maturi successivamente, in epoca vittoriana (Marega 2018, 40).

Nel secolo e mezzo tra l'esecuzione di Carlo I d'Inghilterra e quella di Luigi XVI di Francia, il crollo delle antiche, solide certezze e le profonde crisi economiche e sociali che avevano portato alle rivoluzioni del XVIII secolo, avevano generato un'onda tanto imponente quanto lunga di malcontento nel continente, malcontento inasprito da quelle riforme politiche e industriali che avrebbero dovuto arginare i mali sociali e invece avevano aumentato il senso di precarietà e incertezza vissuto da gran parte della popolazione europea. Nei primissimi anni di questo travagliato XIX secolo il positivismo (quello francese con Auguste Comte e quello inglese con John Stuart Mill) era ancora di là da venire e perciò, in questo stato d'incertezza, si era già vista in qualche mondo la fine del mondo, quantomeno dell'*Ancien Régime*, che invano la Restaurazione dal 1814 (pochi anni prima che la giovanissima Mary Shelley esordisse come scrittrice) aveva cercato di resuscitare, portando indietro le lancette. Il 1816 è passato alla storia come l'Anno senza estate, o della povertà: l'eruzione del vulcano Soufrière nell'isola di Saint Vincent nei Caraibi nel 1812, l'eruzione del monte Mayon nelle Filippine nel 1814, e l'eruzione del vulcano Tambora nell'isola di Sumbawa dal 5 al 15 aprile 1815, avevano immesso quantità tali di poveri e gas pesanti nell'atmosfera, da aver scatenato, in quel gelido 1816, quella che è stata definita «the last gre-

at subsistence crisis in the Western world» (Post 1977). In un continente che si stava ancora riprendendo dalle guerre napoleoniche, si trattò di una tragedia immane: cataclismi climatici, carestie, fame. E nuove idee per nuovi romanzi. Fu in questo contesto apocalittico che a Villa Diodati, durante un maltempo degno del Giudizio Universale, due illustri sconosciuti crearono dei capisaldi della letteratura di genere: Mary Shelley concepì *Frankenstein* e John Polidori concepì *The Vampyre*, nel corso di una gara letteraria con due geniali poeti, Lord Byron e, appunto, Percy Bysshe Shelley. In quegli anni travagliati degni dell'Armageddon, pieni di sconvolgimenti, era naturale che affiorassero sentimenti come il rimpianto per l'antichità e il desiderio del recupero di un'innocenza perduta risalente a un passato lontano e mitico, dove c'era la dolcezza del vivere – per dirla con Tayllerand – ancorata a inossidabili certezze.

> La nostalgia romantica per il tempo perduto, l'ammirazione per il medioevo e l'interesse per il cristianesimo primitivo si unirono anche alla riscoperta delle antiche profezie sulla fine dei tempi: figure come quelle di Gioacchino da Fiore divennero allora nuova fonte di ispirazione per progetti utopici ammantati da una speranza rivoluzionaria (Marega 2018, 39).

Le suggestioni profetiche possono aprire a utopici mondi futuri che nascono da scenari catastrofici nel mondo presente, come l'Apocalisse di Giovanni e come gli scritti scoperti dai coniugi Shelley nella grotta della Sibilla Cumana, vicino Napoli, l'8 dicembre 1818: è da questa (fittizia) premessa profetica che parte la narrazione. L'autrice, nell'Introduzione di *The Last Man*, afferma di aver trovato testi in varie lingue, tanto profetici quanto enigmatici, da cui trae ispirazione per il romanzo, narrato dal protagonista in prima persona. [1]

Dunque nel 1826, morto l'amato Percy, morti anche il loro più caro e fidato amico, Lord Byron, e quattro dei suoi cinque figli, Mary sa cosa vuole dire svegliarsi in un mondo nuovo, e ritrovarsi soli. E allora il romanzo scaturisce, come pretesto narrativo, dal ricordo di un tempo felice, di quel 1818 quando lei e il marito erano nell'a-

[1] Il romanzo, tramite l'Introduzione, colloca la propria genesi durante il soggiorno degli Shelley a Napoli, la stessa città in cui, tra l'altro, Mary aveva ambientato la nascita del dott. Victor Frankenstein, ginevrino di famiglia ed educazione, ma di natali partenopei. L'immenso amore degli Shelley per l'Italia non è un mistero.

matissima Italia, la prima edizione del *Frankenstein* era stata da poco pubblicata, e, pur tra le mille difficoltà di un matrimonio difficile (con la perdita, per la seconda volta, di un'altra figlia), il mondo non era un posto vuoto. Quando *The Last Man* esce, nonostante le devastanti carestie dell'Anno senza estate e tutti gli sconvolgimenti epocali trascorsi nessun'opera aveva raggiunto ancora lo stesso grado di deriva apocalittica, e ciò decreta l'insuccesso del romanzo: un'apocalisse assoluta, priva di qualsivoglia orizzonte escatologico, suona decisamente troppo. Non siamo ancora nel tragico, sanguinante secolo dei due conflitti mondiali.

The Last Man a due secoli di distanza sembra tanto familiare quanto attuale: descrive un futuro, nell'arco di anni dal 2073 al 2100, in cui l'umanità viene gradualmente decimata da una pandemia, la Piaga, lasciando superstite un solo uomo, che decide di tramandare (chissà a chi) la propria storia. Così seguiamo la narrazione di questo sopravvissuto, Lionel Verney, con le sue vicissitudini mentre il mondo attorno a lui va a rotoli. Alla fine, alla ricerca di un simile, Verney vaga per Roma dove trascorre un anno scrivendo e aspettando, finché, convintosi finalmente che non incontrerà nessuno nella desolata Città Eterna, sale sulla sommità di San Pietro per scolpire nella roccia l'anno 2100, l'ultimo del mondo, e, in compagnia solo di un fido cane, s'imbarca per lidi sconosciuti, poco fiducioso di incontrare altri sopravvissuti, quanto piuttosto la morte.

Il tema portante del romanzo che, come tutte le opere della Shelley, è fondamentalmente un'opera di idee e riflessioni, è la solitudine di chi sopravvive in mezzo al disfacimento del suo mondo. Barbara Johnson rileva che la Piaga non è solo un male assoluto senza logica né ragione ma cela altro, ossia la crisi dell'occidente che, dinanzi all'oriente, in quello scorcio di inizio XIX secolo, non riesce a dialogarci e teme la propria fine dinanzi all'alterità, con la quale la mancanza di confronto, per l'autrice e i suoi contemporanei, rimane una questione aperta:

> For it enters the plot at a very precise and significant moment of the novel. The Western world is about to fend off definitively the threat of the East. The Greeks need only to take Constantinople for victory to be complete. But the capture of Constantinople will never happen. Where Western man expects to encounter and to master his other, he finds himself faced with the absolute Other. The novel never tells us the political consequences of this suspension of the final confrontation

> between East and West. The question of the relation or of the nonrelation between East and West remains open, precisely by the way in which it is badly posed (Johnson 2014, 12).

Frankenstein e *The Last Man* sono esempi di "fantascienza soft" che, a differenza di quella "hard", usa le ipotesi fantascientifiche di partenza come mezzo per mettere a nudo sentimenti e situazioni e porre in scena implicazioni e conseguenze delle idee di partenza, piuttosto che illustrare dettagliatamente come sarebbe quel dato mondo (non necessariamente distante o distopico) in conseguenza delle tecnologie o mutazioni che vi s'immaginano. [2] Pertanto ne "L'ultimo uomo" la Shelley non lesina riflessioni su ciò che in genere tiene vivi noi esseri umani: l'ambizione con tutta la sua vanità, il cambiamento che è inevitabile (e spesso per il peggio), e il carattere effimero della vita. Verney, rendendosi conto di essere (per quel che lui sappia) l'ultimo essere umano rimasto, si sente costretto a confrontarsi con la propria mortalità in quest'agghiacciante solitudine: mosso da motivazioni confuse lungo tutte le travagliate vicende che narra, non può che lasciarsi andare ormai, in un mondo che non gli parla più (Sampson 2018, 290). Come si è detto, non è azzardato collegare ciò alla morte dei figli dell'autrice nonché dell'amato marito e dell'amico Byron (cui s'ispira per i personaggi del *novel*) giacché fino a qualche anno prima, durante la stesura del *Frankenstein*, lei e Percy vivevano il sogno radicale di un amore fuori dagli schemi (come era stato quello dei genitori di lei, scrittori celebri e modelli cui aspirava), erano giovani e sembravano destinati a conquistare il mondo, pur tra gli alti e i bassi di una relazione complessa e la perdita della prima figlia. Né è azzardato connettere il romanzo alle succitate preoccupazioni della società inglese di prima metà del XIX secolo riguardo le ricorrenti epidemie, le carestie, gli sconvolgimenti sociali e la morte: se già il *Frankenstein*, nel pieno delle riflessioni del tempo sulle possibilità di cogliere il segreto della vita, era un'esplorazione allucinata e coraggiosa delle possibili estreme conseguenze del riuscirci, "L'ultimo uomo" non solo mette in discussione le idee sul progresso tecnologico e scientifico come panacea per tutti i problemi dell'umanità (pochi anni prima che s'affermi il

[2] Un termine coniato per un tipo particolarmente introspettivo di fantascienza soft è "fantacoscienza", usato, ad esempio, per la narrativa dei fratelli russi Strugackij, Arkadij (1925-1991) e Boris (1933-2012).

positivismo, come si è detto) ma affronta temi intimamente universali come la mortalità, la solitudine e il conflitto eterno tra amore e ambizione, tutti tasselli del nostro cammino nella ricerca del significato della vita (anche per chi non lo ricerca). Come già nel *Frankenstein*, la Shelley porta all'estremo le diramazioni dell'idea di partenza e mostra le conseguenze delle nostre scelte, sui singoli e sulla collettività.

Ed ecco che, 195 anni dopo, un film tocca gli stessi temi, seppur da angolazioni diverse: in *Don't Look Up* del 2021, diretto da Adam McKay, due scienziati, Randall Mindy e Kate Dibiasky, interpretati da Leonardo DiCaprio e Jennifer Lawrence, si affannano ad avvisare il mondo che di lì a sei mesi una cometa impatterà sulla Terra. Le loro avvertenze vengono prima ignorate e poi ridicolizzate dalle autorità e dal pubblico, finché non saranno sì prese sul serio ma generando effetti imprevisti.

In entrambi i casi c'è il fallimento della civiltà nel prevenire la catastrofe in atto. Né nel romanzo della Shelley né nel film di McKay essa è causata dall'uomo, la minaccia è esterna, eppure non è ineluttabile: a renderla tale sono vanità e ingordigia. Ecco perché i due casi sono interessanti: anche se non siamo noi a causare la nostra estinzione, il punto è che nel momento di gestire il problema, cercare di salvarci, forse non possiamo né vogliamo riconoscere la minaccia come tale.

Ne "L'ultimo uomo" la Piaga, indefinita peste decimatrice, non ha chiara origine, è indecifrabile e impalpabile, e non trova resistenze fra gli uomini impegnati a osteggiarsi gli uni gli altri nonché, ancora peggio, a tentare di dominare la natura piuttosto che a vivere in armonia con essa.

In *Don't Look Up* gli scienziati si scontrano con la politica e i media che cercano di minimizzare l'impatto della cometa per mantenere lo status quo finché successivamente, dopo aver capito la minaccia, i politici cercano prima di neutralizzarla ma sempre per ricavarne un profitto d'immagine, e poi alla fine la lasciano arrivare, convinti di poter gestire l'asteroide in arrivo per arricchirsi coi suoi minerali.

In entrambi i casi la solitudine dei protagonisti è isolamento esistenziale, finché l'apocalisse vince, e l'annientamento della civiltà avviene. Nel *novel*, alla fine di un lungo processo in cui i vincoli sociali e più generalmente umani si sono andati disfacendo man mano, la solitudine di Verney sembra quasi ineluttabile. Nel film gli esseri umani si dividono fondamentalmente in due tifoserie che si scontra-

no sui social e sulle strade: coloro che vogliono porre sotto i riflettori l'impatto della cometa affinché si trovi una soluzione, e coloro che non credono alla minaccia e gridano *don't look up*, da cui il titolo; e quest'assurda divisione social e sociale, in mezzo all'impotenza dei governi inermi, dura fino a poco prima dell'impatto, come gli uomini dell'Antico Testamento che fino all'arrivo del diluvio, come ricorda lo stesso Cristo, «mangiavano e bevevano, prendevano moglie e prendevano marito, fino al giorno in cui Noè entrò nell'arca, e non si accorsero di nulla finché venne il diluvio e travolse tutti: così sarà anche la venuta del Figlio dell'uomo» (Mt 24,38-39). Quando capiscono, tutti, che l'impatto è imminente e la fine ormai inevitabile, ci sono coloro che si sfogano nelle ultime orge e coloro che cercano rifugio nella fede e negli affetti, oltre ovviamente ai potenti del mondo che fuggono su un razzo diretti verso l'unico pianeta abitabile trovato. Ognuno reagisce all'apocalisse come può.

In "Miti d'oggi" del '57, Barthes riflette sul modo in cui i media affrontano tematiche appartenenti a natura e storia, e tenta di demistificare i correlati miti contemporanei, che nella cultura popolare, e conseguentemente nei media, sono presenti. Volendo seguire l'intento di Barthes come una pista preziosa, potremmo dire che i due casi sono, nelle rispettive modalità, piene manifestazioni, in letteratura e cinema, dello spirito del loro tempo, dicendoci come gli autori si figurano i *loro* mondi narrati in queste opere, e la relativa fine. In particolare in *Don't Look Up*, a maggior ragione per la sua prossimità estrema con noi, è assolutamente riconoscibile la mistificazione operata dai media. È essa il *villain* che i protagonisti devono affrontare, non la minaccia siderale: è la percezione distorta della realtà che viene imposta al mondo dai media e dalla cultura popolare a rendere l'apocalisse ineluttabile, non la cometa in sé, per la quale ci sono il tempo e i mezzi per neutralizzarla.

Individuare con idonee lenti il modo in cui la cultura dominante rappresenta e manipola le tematiche della natura e della storia al fine di influenzare la percezione della realtà da parte degli individui, cioè di ciascuno di noi, permette di apprezzare maggiormente queste opere e di rispondere a questa domanda: come ci si presenta l'apocalisse e come ce la raccontiamo?

E *quale* mondo esattamente, per essere più precisi, essa andrà a distruggere?

Si accennava al fatto che svariate sono le storie apocalittiche, ma pure quelle post-apocalittiche: una di queste è "Io sono leggenda", *I Am Legend*, di Richard Matheson, del 1954. Il protagonista però, Robert Neville, anche lui l'ultimo sopravvissuto di una pandemia, non è realmente solo, e non solo per il cane che brevemente gli tiene compagnia (l'animale come unico compagno fidato, come per Verney): in realtà la maggior parte dell'umanità, sopravvissuta al contagio, si è trasformata in vampiri. Neville deve lottare per la sopravvivenza contro gli "infetti" e deve sì affrontare la solitudine e l'isolamento, ma sostanzialmente in un mondo in cui i suoi simili sono ancora "vivi" ma mutati, e ben presto evolvono in altro. La causa del contagio è un batterio, diffusosi velocemente grazie alle tempeste di polvere che affliggono il pianeta: in un mondo già in uno stato climatico apocalittico, forse un batterio che disumanizza l'umanità superandola, non è il problema, ma la soluzione. Anche Neville deve ricredersi sulla missione salvifica della scienza: cerca di scoprire una cura per la pandemia ma scopre che alla fine gli alieni non sono i nuovi esseri umani creati dal batterio, bensì lui, ultimo sopravvissuto del vecchio mondo. Pure nell'opera di Matheson si esplorano le reazioni umane alla paura della fine del mondo e alla solitudine che ne deriva: Neville affronta l'isolamento e la disperazione mentre cerca di sopravvivere in una società disgregata, per poi scoprire che la civiltà si sta riformando, ma senza di lui. L'apocalisse vissuta da Neville è quindi, per dirla con Ernesto De Martino, un'apocalisse culturale, la fine del suo vecchio mondo, mentre nel nuovo contesto in cui lui sopravvive, che è già post-apocalittico, è lui che semplicemente non ha più posto.

Tra i tanti film direttamente o liberamente ispirati al romanzo (*La notte della cometa*, *28 giorni dopo* e diversi altri, ma anche qualsiasi film o serie tv a tema zombie), la trasposizione del 2007 con Will Smith, diretta da Francis Lawrence, è interessante perché mostra come nella città deserta (New York invece che la Los Angeles del testo) la natura non esiti a re-impossessarsi dello spazio lasciato dalla popolazione in fuga, insinuandosi fra le fessure e gli interstizi urbani in attesa che il non-umano prenda il posto dell'uomo (Marega 2018, 114).

È difficile non collegare queste apocalissi (e post-apocalissi) narrative alla recente pandemia da COVID-19, e non occorre sottolineare come la paura dell'inatteso sia diventata uno dei tratti dominanti di questi tempi: dopo la crisi economica più grave dal secondo do-

poguerra e la pandemia, sembra si sia entrati in una nuova guerra fredda, con l'olocausto nucleare ad attendere il nostro primo fatale tentennamento, mentre frattanto il dibattito sull'intelligenza artificiale e su ChatGPT sembra rievocare la saga di Terminator con Skynet pronta a prendere il sopravvento su di noi. In questo senso, *Don't Look Up* è un'occasione di riflessione: nella pellicola la società si spacca quando scopre che di lì a poco saremo spazzati via come i dinosauri; e noi come stiamo reagendo al pericolo che i vari scenari prospettati da Mad Max, Kenshiro e altra narrativa distopica post-nucleare, possano divenire realtà? Al di là della plausibilità della pandemia di partenza, *The Last Man* e *I Am Legend*, scritti a centoventicinque anni di distanza l'uno dall'altro, immaginano le conseguenze dirette della fine della civiltà sui sopravvissuti; quasi sette decenni dopo Matheson, *Don't Look Up* preferisce approfondire come la narrazione sull'apocalisse e la paura della morte diventino cagione, se non pretesto, per una distorsione della percezione della realtà, ma lo scenario della fine non ci viene comunque risparmiato, ed è desolante, letteralmente.

Nel saggio postumo "La fine del mondo" del 1977, Ernesto De Martino, scomparso prima di ultimarlo, affronta il tema dell'apocalisse nelle culture primitive, esplorando come le società tradizionali affrontino l'idea delle cose ultime e come questo tema influisca sulle loro credenze. Così l'antropologo scorge la ferita occulta nel cuore della modernità occidentale e svela come l'occidente non sia esente dal timore apocalittico. Ecco la contraddittoria peculiarità dell'occidente: volendo fare del mondo un posto più sicuro, al contrario ha ampliato le possibilità di distruggerlo, come lui diceva già in "Furore Simbolo Valore" del '62 (De Martino 2002, 119). E volendo fare una connessione azzardata, potremmo asserire che questa peculiarità occidentale s'esprime in una sorta di oscillazione tra quella che è stata chiamata *Frankenstein syndrome* (Burch 1990, 240), ossia il nostro bisogno di superare limiti e confini, e quello che è noto come *Frankenstein complex* (Asimov 2005, 24), ossia la paura che le nostre creazioni robotiche ci si ritorcano contro (la succitata saga di Terminator ne è esempio lampante).

L'Apocalisse evangelica è la rivelazione che svela l'*éschaton*: l'apocalisse dell'età moderna invece, come ci diceva la Shelley già due secoli fa, è priva di un qualsivoglia *éschaton*. E se in effetti è vero che, *Don't Look Up* a parte, la narrativa occidentale non pare cedere fa-

cilmente alla tentazione dell'annichilimento di un'apocalisse totale quale «tema disperante e disperato», è anche vero che «tuttavia il momento dell'abbandonarsi senza compenso al vissuto del finire costituisce innegabilmente una disposizione elettiva della nostra epoca» (De Martino 2019, 355). *Il Dottor Stranamore* di Stanley Kubrik e *A prova di errore* di Sidney Lumet, entrambi del '64 (ed entrambi tratti da romanzi), come del resto il finale de *Il pianeta delle scimmie* del '68 (tratto da un romanzo anch'esso), sono altri esempi di quest'apocalisse senza orizzonte. La crisi dei missili di Cuba del '62 non è sfociata nello scenario peggiore ma ha lasciato il segno.

Praticamente negli stessi anni De Martino, riflettendo sul suo progetto ambizioso de "La fine del mondo", parla apertamente, nel Capitolo quinto *L'apocalisse dell'occidente* (in particolare in *Una apocalisse senza escaton*), di un'intima catastrofe dell'occidente (Ivi, 356).

> Sarebbe certamente altamente desiderabile che di questa più intima catastrofe dell'occidente moderno e contemporaneo qualcuno si decidesse a offrire il panorama in una prospettiva rigorosamente diagnostico-culturale, atta a individuare l'esatto significato dei sintomi, l'estensione del contagio, il condizionamento della malattia, le forze della guarigione.

Con tale sforzo l'antropologo vuole far emergere nuovi campi d'indagine, quale ad esempio il Capitolo secondo dedicato a *Le apocalissi psicopatologiche*. Questo progetto immane è bruscamente interrotto dalla sua morte, che caratterizza profondamente l'opera, per una tragica ironia. È come se, nella ricerca delle fini antropologiche, l'autore fosse rincorso dalla propria fine personale, la quale gli ha impedito di terminare l'opera secondo quella fine che lui probabilmente aveva progettato per essa. È come dire che è impossibile per noi, se non per coloro che avranno la sorte di esserci fisicamente, prevedere come sarà la fine del mondo: è sempre la fine ad avere l'ultima parola. La fine del mondo è sempre la fine di *un* mondo, culturale e sociale: la fine di quel mondo che la Shelley conosceva e s'immaginava, anche trasponendolo alle soglie del XXII secolo, e che la Restaurazione voleva riesumare dalle spoglie dell'*Ancien Régime* sbranato dalla furia napoleonica; la fine di quel mondo che, a metà anni Cinquanta e in piena Guerra Fredda, tra il declino irreversibile dei classici Mostri Universal e l'esplosione della fantascienza non più relegata alle rivi-

ste pulp, Matheson viveva; la possibile fine di questo nostro mondo digitale e iperconnesso con tutte le sue turbolente contraddizioni, che McKay prova a sbatterci in faccia.

Noi esseri umani siamo consapevoli in qualche modo che il nostro mondo (quale che sia, questo *nostro* mondo) deve finire: non si scappa. Che il sentimento della fine caratterizzi tutte le civiltà, le quali prima o dopo devono affrontare tanto il sentimento in sé quanto la fine concreta, ce lo dice pure un altro regista.

> "Una grande civiltà viene conquistata dall'esterno solo quando si è distrutta dall'interno" è la citazione dello storico e filosofo Will Durant, (autore di una monumentale *Storia della civiltà* in 32 volumi) che introduce il discusso e spettacolare *Apocalypto* di Mel Gibson (2006). L'apocalisse in questione ha a che fare con i Maya, ma non si tratta questa volta della celebre scadenza prevista per il 2012, bensì della reale apocalisse che ha investito il popolo mesoamericano intorno al 1500 d.C.: la fine della civiltà stessa. L'arrivo dei *conquistadores* spagnoli, nella visione di Gibson, suggella una decadenza sociale in stato già avanzato, un declino percepibile non solo nella celebrazione dei macabri e raccapriccianti sacrifici umani o nelle violenze perpetrate nei confronti delle tribù locali, ma anche nell'incapacità di cogliere i numerosi *segni* che preannunciano l'approssimarsi della fine. I guerrieri Maya, dapprima sordi e sprezzanti di fronte al vaticinio dell'oracolo che a poco a poco si va avverando, saranno al fine incapaci di riconoscere l'*apocalisse stessa* nella materializzazione delle navi spagnole (Marega 2018, 235).

Dunque l'apocalisse è sempre fra noi, che siamo nella civiltà Maya trovata dai *conquistadores* o nell'Europa di inizio XIX secolo. «Come rischio antropologico permanente il *finire* è semplicemente il rischio di non poterci essere in nessun mondo culturale possibile […] La cultura umana in generale è l'esorcismo solenne contro questo rischio radicale» (De Martino 2019, 128), perché il timore dell'apocalisse ha una duplice natura. Da un lato la fine del mondo è un tema culturale storicamente determinato, come testimoniano, nelle loro specifiche forme, nei contesti in cui sono sorte, le opere letterarie, filmiche o videoludiche che si voglia: la fine del mondo immaginata dalla Shelley non è la stessa immaginata da McKay o Kubrik, per tutte le ragioni che si sono dette. Dall'altro lato la fine del mondo è un rischio antropologico permanente: sempre la pensiamo, sempre la temiamo,

sempre riteniamo che il mondo, quello prettamente nostro o quello universale, debba finire. Al cospetto di un timore così radicato nell'umano, De Martino decide di fare un discorso severo, lontano da quelle che, in "Furore Simbolo Valore", definisce «equivoche castità del sedicente discorso oggettivo» (De Martino 2002, 91), ossia le pretese che le cose e il mondo siano chiari, risolvibili, gestibili, manipolabili: perché le cose e il mondo ci sfuggono lo stesso, e noi, che la fine del mondo la paventiamo, in fondo lo sappiamo. Ce lo dicono i protagonisti della Shelley e di Matheson, e gli smarriti scienziati messi in scena da McKay, nonché i ribelli che lottano contro Skynet nella saga di Terminator o coloro che si vedono sfuggire i dinosauri fra le mani mentre questi ripopolano la Terra nella saga di Jurassic World, ce lo dice la filmografia di Roland Emmerich.

La presunta chiarezza del mondo che dovrebbe essere garanzia del dominio di esso, in realtà non esiste sebbene sia la pretesa dell'esperto dominatore dell'alterità quale era il dott. Frankenstein, che però rifiuta di prendersi cura della propria orrenda Creatura e, continuando a ripudiarla, rifiutandosi di educarla, non riesce mai a disfarsene né a controllarla, così come, in un rovesciamento ideale, i media rifiutano di dare ascolto agli esperti dell'alterità che nel film vorrebbero prendersi cura delle sorti del mondo, gli scienziati Randall e Dibiasky: i media li ripudiano, e così il potere rifiuta di gestire la situazione.

La reazione dei dotti quando comprendono che le cose e il mondo gli sono sfuggiti di mano e che una certa epoca idealizzata (o la loro propria èra) è finita, con la conseguente necessità di ricollocarsi e sopravvivere, viene affrontata con ironia da Umberto Eco, che tratteggia due tipi di intellettuale di questo tipo: il nichilista fiammeggiante e il venditore di Apocalisse.

Il motto del nichilista fiammeggiante, perennemente indignato contro il tempo presente che è degenerazione del tempo passato, potrebbe sintetizzarsi in *O tempora, o mores* (Eco 2008, 361):

> … quale squallido divario, che perdita di umanità… Dove è finito l'uomo? Si è dissolto nel vaneggiamento, nella melassa dei conformismi, nei disordini protervi di una intelligenza informata ed informale. Cosa ci resta? Il silenzio (senza esilio e senza astuzia), la contemplazione tragica del vuoto. Un nichilista fiammeggiante.

Il venditore di Apocalisse non è di per sé indignato, è meno passionale o coinvolto, ma più attento alla propria sopravvivenza in un mondo che cambia e può lasciarlo fuori. Eco fa l'esempio, tramite la narrazione del fittizio Milo Temesvar, esperto inventato da lui stesso [3], del dotto di Salamanca che voleva confutare Colombo sulla possibilità di giungere a Levante da Ponente ma che viene, ovviamente, smentito dal navigatore. Battuto, il dotto di Salamanca vede il mondo cambiare, adattarsi alla scoperta fatta da Colombo: nuovi orizzonti si aprono, e lui, che è stato ridimensionato, deve reagire. Ecco che, non potendo negare la scoperta dell'America, decide di sostenerne la negatività morale e culturale, così da avere comunque discepoli di cui essere maestro (Ivi, 367-368):

> L'America esiste, è vero, ma è male che esista, e gravi danni ne conseguiranno per la comunità umana. Il dotto di Salamanca, costituendosi come esperto del "dove andremo a finire", ritrova un ruolo nel contesto sociale, individua gli organismi politici, religiosi ed economici che possano trar giovamento dalla sua propaganda ideologica e riacquista, in parole volgari, il posto e le prebende. Temesvar lo designa, in questo suo nuovo ruolo, "venditore di Apocalisse".

Queste taglienti considerazioni di Eco offrono un'altra chiave di lettura su cosa sia l'apocalisse per noi che tendiamo a immaginarla secondo le paure del nostro tempo e le minacce che ci troviamo innanzi: la identifichiamo a volte con ciò che distrugge un tempo migliore portandoci (o gradualmente attraverso la crisi o bruscamente attraverso la distruzione) a un tempo peggiore, dove smarriamo i nostri orizzonti familiari.

«Tutti a pensare che la verità sia una cosa giusta, e invece è la fine del mondo, e noi non possiamo consentire la fine del mondo in nome di una cosa giusta» dice Servillo nel suo monologo ne *Il Divo* di Paolo Sorrentino, del 2008. Eppure, oltre a non tenere in considerazione che la fine del mondo è in definitiva la fine di *un* mondo a vantaggio di *un altro* che sorge, abbiamo dimenticato che la letteratura apocalittica era un messaggio di speranza: la distruzione delle cose vecchie av-

[3] Eco inventa e cita Temesvar sulla falsariga dei saggi fittizi di autori inventati cui si richiamava Borges per esporre le proprie idee, menzionato da Eco non a caso.

viene, ma Dio non abbandona il Suo popolo e gli prepara qualcosa di migliore. «Ecco, Io faccio nuove tutte le cose» (Ap 21,5).

La fine del mondo, al di là di come la immaginiamo, è un tentativo che continuamente si fa e che a volte riesce: dal piano storico, in cui ad esempio potenze emergenti vogliono distruggere il vecchio mondo del monopolio statunitense a favore di un mondo nuovo multipolare, o i *conquistadores* coi Maya o i barbari con l'impero romano, al piano ecologico, in cui in fondo non è il mondo a essere minacciato ma "solo" la civiltà umana: in una Terra sommersa di plastica e inondata dalle acque l'umanità sparirebbe, ma la natura troverebbe un nuovo modo di adattarsi e riprosperare, come fece dopo i dinosauri.

«Quando sentirete di guerre e di rivoluzioni, non vi terrorizzate, perché prima devono avvenire queste cose, ma non è subito la fine» (Lc 21,9) dice Cristo a chi gli chiede quando dovranno compiersi tutte le cose: il *Dies Irae*, per dirla con Tommaso da Celano, è ancora di là da venire. Se è impossibile indovinare quale sarà la fine della civiltà, però tutta la narrativa esistente su apocalisse e post-apocalisse può aiutarci a riflettere sul perché ce la figuriamo in un modo piuttosto che in un altro, e quindi a capire a cosa aspiriamo e cosa temiamo, cosa vogliamo preservare e cosa non vogliamo perdere. È il potere della narrazione: ci aiuta a vedere noi stessi.

Bibliografia

Asimov, I., in Freedman, C.H., (ed.), *Conversations with Isaac Asimov*, Jackson, University Press of Mississipi, 2005.

Barthes, R., *Miti d'oggi*, trad. di L. Lonzi, Torino, Einaudi, 2016.

Burch, N., *Life to Those Shadows*, London, BFI, 1990.

De Martino, E., *Furore Simbolo Valore*, Milano, Feltrinelli, 2002.

De Martino, E., *La fine del mondo. Contributo all'analisi delle apocalissi culturali*, Torino, Einaudi, 2019.

Eco, U., *Apocalittici e integrati. Comunicazioni di massa e teorie della cultura di massa*, Milano, Bompiani, 2008.

Johnson, B., "The Last Man", in Butler, J., Felman, S., (a cura di), *A Life With Mary Shelley. Barbara Johnson*, Stanford, CA, Stanford University Press, 2014, pp. 3-13.

Lombardo, C., "L'apocalisse nella letteratura (Marlowe, Shakespeare, Dostoevskij). Tempo, intreccio, allegorie", in *CoSMo. Comparative Studies in Modernism*, N. 3, 2013: Diritto e Religione, pp. 51-73.

Marega, S., (a cura di), *Visioni dell'apocalisse. L'immaginario cinematografico della fine del mondo*, Milano-Udine, Mimesis, 2018.

Post, J.D., *The last great subsistence crisis in the western world*, Baltimore, MD, and London, Johns Hopkins University Press, 1977.

Sampson, F., *La ragazza che scrisse Frankenstein. Vita di Mary Shelley*, trad. di E. Gallitelli, Milano, Utet, 2018.

Shelley, M., *L'ultimo uomo*, trad. di S. Cecchini, Torrazza Piemonte (TO), Parole d'argento Edizioni, 2020.

Realtà #*nofilter* nella narrazione letteraria: pratiche spaziali e vita quotidiana nel Nordest italiano

Olga Tzatzadaki

Vita quotidiana e opera letteraria

La vita quotidiana come "prodotto"

Occuparsi di vita quotidiana significa interessarsi della vita di tutti i giorni; questa vita è fatta di pratiche, di spazi, di spostamenti, ma anche di sensazioni, di emozioni, di significati che accompagnano le azioni di valori, di sogni e di desideri. La vita quotidiana, secondo coloro che l'hanno studiata, testimonia molti aspetti, oltre che le singole pratiche delle persone; testimonia stili di vita, il modo in cui una comunità locale è organizzata e che cos'è importante per quest'ultima. Gli studiosi che si sono occupati di questo argomento, i più significativi, hanno parlato di vita quotidiana come un "prodotto" dell'ideologia dominante di gestione e di organizzazione del territorio. Secondo questi autori, è nella vita quotidiana che possiamo studiare gli effetti dell'organizzazione spaziale. È proprio in tutto quello che viene considerato "ordinario" e di poca importanza che leggiamo il resoconto delle trasformazioni socio-spaziali. Si tratta di un oggetto di ricerca che percorre in modo trasversale diverse discipline, nell'ambito delle scienze sociali. Tuttavia, la vita quotidiana è un argomento che è stato abbastanza sottovalutato dalle scienze sociali, considerato spesso "banale", "ordinario" e non "degno", vista la sua non-straordinarietà, di essere preso seriamente in considerazione. Risulta, dunque, necessario seguire le tracce di questo filone di ricerca per capire dove si situa e qual è l'obiettivo dello studio della vita quotidiana, e anche per capire qual è l'*input* conoscitivo dello studio della stessa.

Gli studiosi che, negli anni, si sono occupati dell'argomento della vita quotidiana, si distinguono in due grandi categorie principali: da un lato quelli che si occupano della filosofia del quotidiano direttamente e dall'altro quelli che affrontano le rappresentazioni letterarie e culturali della quotidianità. [1] A questo proposito, da un lato ci sono gli studi che esplorano, estendono e criticano il lavoro fondamentale del sociologo marxista Henri Lefebvre, e, dall'altro, ci sono gli studi interessati fondamentalmente all'analisi dei testi del modernismo letterario. L'obiettivo di entrambi questi approcci è quello di cercare di decifrare l'"ordinario", ovvero la vita di tutti i giorni e l'esperienza del quotidiano. Molto prima dell'arrivo delle teorie sulla vita quotidiana, rappresentate soprattutto dal lavoro pluriennale di Lefebvre nella seconda metà del XX secolo, sono stati gli scrittori modernisti ad aver notato questo argomento, ovvero i piccoli aspetti e i dettagli del quotidiano, ovvero di una vita quotidiana borghese, plasmata dalla tecnologia, dal capitalismo e dal consumismo (Olson 2011). Si potrebbe sostenere che l'oggetto della ricerca degli studiosi della vita quotidiana, sia stato, molto prima, oggetto della ricerca degli scrittori modernisti; essi si sono accorti della trasformazione della vita quotidiana dell'individuo, che vive nelle città occidentali moderne. Con il passare del tempo, cominciano a notare questi cambiamenti anche gli studiosi di diverse discipline e soprattutto quelli della filosofia e della sociologia. Nel loro lavoro, presentano una varietà di approcci alla comprensione critica della natura del quotidiano nella modernità. Occuparsi di vita quotidiana è visto come un compito dotato di massima urgenza politica: informati dal pensiero marxista, e spesso rispondendo in modo critico a quest'ultimo, questi teorici propugnano forme di critica radicale, forme che dovrebbero costringere a essere più consapevoli delle connessioni tra l'esperienza quotidiana, vissuta nel XX secolo, e le strutture economiche e politiche oppressive della moderna società capitalista (Epstein 2000); si tratta soprattutto del filosofo Henry Lefebvre (1946;

[1] Per una consultazione dei diversi contributi sulla vita quotidiana, si veda S. Phillips. *The Poetics of the Everyday: Creative Repetition in Modern American Verse*. NewYork: Columbia University Press, 2010;
J. Roberts *Philosophizing the Everyday*, London and New York: Pluto Press, 2006;
B. Highmore, *The Everyday Life Reader*, ed. London and NewYork: Routledge, 2002;
B. Highmore, *Everyday Life and CulturalTheory*, London and New York: Routledge, 2002;
M. Gardiner *Critiques of Everyday Life*, London and NewYork: Routledge, 2000.

1962; 1968; 1981) e dell'antropologo Michel de Certeau (1980). Si tratta di due autori che studiano la vita quotidiana del mondo moderno attraverso una chiave economico-politica, ovvero come un "prodotto" della società del capitalismo e del consumo.

Una volta fissato l'oggetto della ricerca, che è lo studio della vita quotidiana attraverso una chiave di lettura economico-politica, ci chiediamo, dunque, con quale metodologia è possibile indagare al meglio l'oggetto della ricerca. Il contributo indica l'uso dell'opera letteraria come risorsa preziosa per lo studio del quotidiano, sia come tentativo per rinnovare le strade metodologiche solitamente percorse nell'analisi urbana, sia perché la narrazione letteraria offre una serie di informazioni che sono difficilmente ottenibili dalle metodologie di ricerca tradizionalmente adottate.

La letteratura come fonte

Nel complesso e diversificato orizzonte di narrazioni, esistono quelle convenzionali e quelle non convenzionali. Da un lato, la narrazione "convenzionale" comprende tutte le forme di narrazione solitamente usate che riguardano le storie di vita (interviste, racconto biografico, diari, ecc.). Dall'altro lato, la cosiddetta narrazione "non-convenzionale" è quella composta da tutte quelle forme di narrazione che provengono da "prodotti culturali" [2] (per esempio l'opera letteraria, l'opera cinematografica, l'opera artistica, la drammaturgia, la poesia, la danza, la musica, la fotografia e l'etnografia visuale). [3] Dunque, la domanda che emerge di fonte alla narrazione

[2] L'idea di "prodotti culturali" visti come prodotti della società e per la società, richiama l'approccio dell'antropologo Clifford Geertz, che, nella sua opera sull'interpretazione delle culture, ha parlato di modelli *di* azione e modelli *per l'*azione. Egli sostiene che «il sistema di simboli che chiamiamo cultura, può essere visto come un modello di come si comportano le persone, ma è anche utilizzato da queste persone come modello per guidare il loro comportamento futuro» (1993; 93). In questo senso, si potrebbe sostenere che anche i "prodotti culturali" acquisiscono una duplice funzione, la prima riguarda il come questi possono raccontare un comportamento sociale, e la seconda il come questi possono orientare il futuro comportamento sociale.

[3] Un testo di riferimento sui diversi approcci e metodi qualitativi per la ricerca sociale, con riferimento su tutti gli strumenti (anche non-convenzionali) finora ricono-

"non-convenzionale" è come essa possa diventare materiale prezioso per la ricerca urbana.

In questa direzione di comprensione delle dinamiche che hanno portato queste trasformazioni economiche del territorio a essere tradotte in cambiamenti spaziali, sociali e culturali, la narrazione letteraria si presenta come una fonte ricca di informazioni, restituendoci le voci "mancanti" ovvero tutto quello che non è facilmente restituibile dall'analisi scientifica e quantitativa. Secondo Borelli, «semmai, si tratta di cercare di rispondere al *deficit* cognitivo, che inevitabilmente si crea tra la vasta complessità della situazione sociale e la scarsa ampiezza dell'attrezzatura metodologica a disposizione delle scienze sociali» (2017, 85). L'uso del testo letterario come fonte di conoscenza per l'analisi urbana, in realtà, ha una lunga tradizione nel processo analitico in diverse discipline (in storia, in sociologia, in antropologia, ecc.): Coser 1963; Schutz 1964; Searle 1975; Laslett 1976; Lepenies 1985; Bourdieu 1992; Dal Lago 1994; Turnaturi 2003; Jedlowski 2010; Longo 2012; 2015; 2019; Borelli 2017; Scandurra 2017, per citare solo alcuni degli studiosi che hanno argomentato a favore dell'uso di queste fonti. Quello che il ricercatore fa davanti a un testo letterario, è quello di trattarlo come un soggetto da ascoltare, ovvero come un "sé narrabile". Attribuire valore narrativo significativo a una pluralità di testi, riconoscendoli come un "sé narrabile" [4], è un approccio di cui parla Mariano Longo, autore che si è occupato numerose volte della conoscenza prodotta in particolare dall'opera letteraria. D'altronde, si tratta di una metodologia di carattere qualitativo, in cui l'immersione nella soggettività è uno degli obiettivi; sono i mondi possibili che qui interessano il ricercatore, non la valutazione quantitativa.

Come suggerisce Amendola, le analisi di sociologi, urbanisti e filosofi sono certamente importanti per capire la grande trasformazione della città investita dall'onda della modernizzazione, ma uguale valore hanno le opere e le riflessioni degli scrittori, pittori e musicisti dell'Ottocento e dell'inizio del secolo successivo che di questa vicenda sono stati attenti testimoni e narratori (Amendola 2018, 9). Da un lato troviamo lo spazio

sciuti dalle scienze sociali, è quello di L.M. Given, *The Sage Encyclopedia of Qualitative Research Methods*, Vol 1 & 2, California: SAGE, 2008.

[4] Secondo Caravero, «Chi incontriamo è dunque un sé narrabile anche se non ne conosciamo affatto la storia. Per dirla con una formula assai breve: l'altro è sempre un sé narrabile a prescindere dal *testo*» (1997, cit in Attili 2007).

fisico, con le sue caratteristiche, mentre dall'altro troviamo l'esperienza vissuta e narrata; la città viene riletta come spazio vissuto dove si condensano le esperienze degli abitanti, il loro interagire, le loro rappresentazioni (Ivi, 12). Gli scrittori, con la loro straordinaria capacità di osservazione dell'ambiente circostante, ma anche di descrizione dell'esperienza vissuta, costituiscono un gruppo di "ricercatori" alternativo; ricercatori che, essendo sempre in "prima linea" (*reporting-from-the-front*) del *reportage* socio-spaziale, riescono a fornire informazioni sullo spazio molto preziose e difficilmente ottenibili da altre metodologie di analisi urbana. Gli scrittori si presentano come dei cronisti (*reporter*), che cercano di trasmettere le emozioni e i pensieri di una realtà che non conosciamo appieno (Tzatzadaki 2019, 215). Questa forma di narrazione risulta rilevante per il processo analitico, sia per la comprensione dei fenomeni urbani e per le realtà nascoste che riescono a illuminare, ma anche come *feedback* sulle trasformazioni urbane avvenute in un contesto territoriale (Tzatzadaki 2021, 151). Tuttavia, esiste una chiara distinzione tra narrazione non-convenzionale (letteraria nel nostro caso) e scienze sociali: i discorsi letterari e scientifici sono distinguibili in virtù del patto comunicativo che li definisce (Jedlowski 2010, 17). È un particolare patto comunicativo tra autore e lettore: quest'ultimo è obbligato a non chiedersi se ciò che è narrato nella storia sia vero o falso (Eco 1976, 70). Si tratta, in altre parole, di una momentanea sospensione dell'incredulità da parte del lettore, che accetta la storia come se fosse vera e tutto ciò che gli viene raccontato. Tenendo questo in considerazione, nelle opere letterarie gli studiosi dell'urbano possono trovare delle indicazioni e degli orientamenti di ricerca che sono loro vietati o dissimulati dalle censure specifiche del loro campo scientifico (Bourdieu 1992, 162).

Il caso-studio: il Nordest italiano

Da un "piccolo mondo antico" a una "Los Angeles che nasce" (Paolini 1999)

Se ogni società produce il proprio spazio, come affermava Henri Lefebvre nel 1974 nella sua opera *La produzione dello spazio*, allora anche il

Nordest italiano [5] (così come quest'ultimo è stato creato e denominato a partire dal *boom* economico) non poteva che produrre i propri spazi, fisici e mentali. Si tratta di uno spazio che è sociale perché si manifesta sia come causa, sia come effetto dell'organizzazione sociale, come scrive Borelli suggerendo che, nel caso del Nordest, la variabile urbana e territoriale «non prevista e non controllabile» è, nei fatti, la risultante del modo di produzione flessibile che si è sviluppato in forma epidemica tra i centri di Vicenza, Padova, Treviso e Mestre, producendo un'imponente conurbazione spontanea a bassa densità insediativa (2017, 97). L'urbanizzazione diffusa è una delle caratteristiche predominanti del territorio, dal punto di vista fisico, nel Nordest, che ha cominciato a nascere ed espandersi dopo gli anni Cinquanta del Novecento. Si tratta del *boom* economico, del cosiddetto "miracolo veneto", ovvero di una serie di fenomeni economici che, in pochi anni, hanno reso questa parte d'Italia una delle regioni più ricche e produttive di tutta l'Europa. Questo processo non poteva che portare delle conseguenze sullo spazio fisico; conseguenze radicali che hanno cambiato l'aspetto del territorio nel suo complesso, che inevitabilmente, hanno portato a un cambiamento delle pratiche spaziali all'interno del territorio. Lefebvre evidenzia che, quando la forma fisica dello spazio cambia profondamente, cambiano, di seguito, anche le pratiche sociali (*éspace perçu*) svolte all'interno dello stesso territorio dai suoi abitanti/"produttori-di-spazio"; in altre parole, il cambiamento dello spazio "detta" un cambiamento anche nei movimenti e nelle pratiche quotidiane degli individui in questi spazi. Lefebvre parla di tre dimensioni di spazio: delle *pratiche spaziali*, delle "rappresentazioni dello spazio", della matematica e della geometria (di carattere tecnico e urbanistico), e degli "spazi di rappresentazione", che è lo spazio direttamente vissuto attraverso immagini e simboli a esso associati, lo spazio dell'immaginario collettivo e lo spazio legato a emozioni, sogni e desideri (Lefebvre 1974). È proprio qui che entra in gioco l'uso della letteratura come fonte per la ricerca socio-spaziale, ovvero la possibilità per la letteratura di costituire la base di parten-

[5] Termine introdotto dal giornalista-direttore del *Gazzettino* Giorgio Lago (1937-2005) nel 1996, che ha lanciato l'idea del Nordest come modello socio-economico fondato sul lavoro, sull'autonomia, sulla piccola impresa e sul riformismo dal basso, riconoscendo le caratteristiche comuni sociali, culturali ed economiche che rappresentano le regioni del Nordest italiano.

za per una teoria spaziale unitaria che aspiri a superare le antinomie tra lo spazio "ideale" dipendente dalle categorie mentali (come quelle logico-matematiche dell'urbanistica) e lo spazio "reale" delle pratiche sociali (che include il fantastico, le proiezioni, i simboli e le utopie) (Ivi, 74). La letteratura fornisce al ricercatore dell'urbano una serie di informazioni molto rilevanti che riguardano le *pratiche spaziali*, di cui parla Lefebvre, ma anche gli *spazi di rappresentazione*, prodotti da una determinata società locale. Attraverso la narrazione letteraria, si può dunque, arrivare a comporre il profilo socio-spaziale di un determinato luogo e la sua identità *place-based*, ovvero quell'identità creata attraverso l'uso dello spazio e attraverso gli spazi che rappresentano al meglio questa identità.

L'intenzione che muove questa ricerca, è quella di leggere le trasformazioni territoriali del Nordest italiano, negli ultimi quarant'anni, attraverso narrazioni letterarie; anni caratterizzati da una profonda trasformazione spaziale che ha cambiato il vissuto quotidiano, modificato il tessuto sociale e l'identità locale e che ha creato, inoltre, un impatto emotivo sulla popolazione locale. Attraverso una "sovrapposizione" di diverse narrazioni, abbiamo cercato di "misurare" gli effetti di tali trasformazioni; cercare, dunque, di studiare la vita quotidiana come indicatore di cambiamento, all'interno delle opere. In primo luogo, abbiamo selezionato narrazioni letterarie in cui il territorio è l'indiscutibile protagonista della narrazione e non un semplice sfondo. In secondo luogo, abbiamo scelto autori che sono abitanti propri del territorio della *città diffusa* (quindi testimoni privilegiati della vita quotidiana in questi spazi), raccogliendo, inoltre, le loro testimonianze. Infine, il risultato della ricerca è stato un incrocio fra le narrazioni letterarie, le interviste agli scrittori e i testi scientifici, che offrono una descrizione quantitativa dei fenomeni urbani descritti dagli autori. Sono state individuate e lette trentadue opere di sedici scrittori locali. Da questo totale, sono state selezionate le opere di Romolo Bugaro (2010; 2015), Francesco Maino (2014) e Vitaliano Trevisan (2002; 2010; 2016; 2022), che più corrispondevano agli obiettivi della ricerca. Alle narrazioni letterarie, come detto, sono state affiancate anche le narrazioni orali degli scrittori, il testo scientifico e l'osservazione partecipante. In questo lavoro, riporto brevemente le caratteristiche di vita quotidiana legate soprattutto al tempo del quotidiano di un soggetto rappresentativo di questo territorio, che non è altro che il piccolo imprenditore; abitudini

corporee, stili di vita ed emozioni direttamente connesse allo specifico ritmo di vita di questo gruppo sociale.

Le pratiche spaziali

Romolo Bugaro, nelle sue opere, descrive in modo molto dettagliato le caratteristiche della società nel Nordest; dettagli che riguardano anche scelte materiali, la vita quotidiana, le ideologie, i valori e i desideri. Sono di grande interesse sociologico le descrizioni che riguardano la vita quotidiana del ceto medio e le distinzioni fra le varie classi, manifestate nei modi, nell'aspetto, nelle scelte, perfino nella postura dei corpi. Il ceto medio – la corrispondente *middle class* americana secondo Arnaldo Bagnasco – è presentato come un insieme di persone (*status group*) che dà luogo a un principio di stratificazione sulla base della distribuzione del prestigio, della specificità dello stile di vita, e di elementi ascrittivi che vanno riferiti anche ad abitudini culturali (2013, cit. in Bettin Lattes 2013). Lo studio dei consumi risulta cruciale per capire le classi medie, evidenzia Bagnasco. Il consumo, per la classe media, è un'azione carica di significato che va al di là della dimensione puramente economica, per verificare la propria identità e dare all'esperienza della cittadinanza una concretezza ineludibile (Semi, Santoro, Sassatelli 2015). Sembra che non sia più l'occupazione a definire le classi medie ma il consumo. Per questo motivo, sono la propria capacità di consumo e lo stile di vita che definiscono lo *status*, che prende il posto della classe. Di conseguenza, per capire l'identità della società locale, occorre capire anche quali sono le abitudini di consumo che a essa sono legate. Scrive Bugaro (2010, 30):

> L'intero Nordest è la terra del superlavoro. Popolato di persone abituate a spingere senza un attimo di tregua, costantemente disponibili all'oltrepassamento dei propri limiti di resistenza. […] Tutti si svegliano all'alba per via dell'abitudine e dell'attitudine di lavoro. Verso le sette arrivano in azienda. Producono macchine movimento terra o sieri per l'industria agroalimentare o pellets per il riscaldamento domestico. […] Siedono alla scrivania. Verificano mail, lettere e fax del giorno precedente. Controllano ordini e movimenti di conto corrente. Hanno bisogno di spulciare, riscontrare, confrontare, per impedire al caos che preme da ogni lato di prendere il sopravvento per distanziarsi, attraverso la dilatazione dei dettagli, dalle preoccupazioni d'insieme. […] Sono uomini di destra. Amano Berlusconi e Tremon-

> ti. Soprattutto Tremonti. Persone diverse dai soliti politici. Non conta cosa fanno di concreto. Conta soltanto la certezza che si tratta di gente amica. […] Conducono pochissima vita mondana. Si sottomettono a qualche ricevimento o inaugurazione ogni tanto. Arrivano direttamente dall'ufficio con la giacca stropicciata. […] Stanno incollati alla moglie o alla compagna. Abituati alla centralità, resistono ben poco come figure semi-anonime in mezzo alla gente.

Il corpo dell'imprenditore viene riconosciuto dall'uso che fa del tempo, quindi attraverso questo movimento continuo; una caratteristica rappresentativa di esso in questa parte di territorio. Villalta scrive a proposito di questa tendenza particolare del corpo, negli spazi in analisi (2009, 34):

> Una delle caratteristiche tradizionali di queste terre può essere riconosciuta nella vocazione ai "sacrifici". Veneti e friulani hanno fatto propria nei secoli una cultura della fatica e della necessità, che li legava totalmente al dovere del lavoro come unica possibilità di rimanere abbarbicati alle loro precarie condizioni di vita. Si può parlare di una vera e propria religione del lavoro, necessaria per garantire alle famiglie la sopravvivenza, al costo di inculcare un'etica del debito e della colpa da cui era impossibile riscattarsi.

L'attitudine al lavoro e il continuo movimento del corpo nella vita quotidiana sono, forse, la caratteristica più rappresentativa dell'individuo del Nordest. Bugaro, anche in *Effetto Domino* (2015), descrive le caratteristiche di questa classe borghese e della propria vita quotidiana. Egli scrive di Franco Rampazzo, protagonista del romanzo, proprietario della *Rampazzo Costruzioni SpA*: «Uscire dall'azienda alle nove, arrivare dall'altra alle dieci, stare lì fino a mezzanotte e poi tornare da Silvana. Alle dieci, alle undici, lui aveva da fare. Riunioni, incontri, telefonate. Il lavoro spingeva ogni cosa sullo sfondo» (2015). Per Vittorio Fabbris, che nel romanzo rappresenta un imprenditore della vecchia generazione, scrive, a proposito del suo quotidiano: «Arrivava in ufficio alle cinque del mattino per studiare contratti e progetti, poi partiva in macchina per visitare i cantieri. A settant'anni suonati, faceva mille chilometri al giorno. Niente vacanze, niente ristoranti. Solo lavoro» (*Ibid.*). E continua la sua descrizione del corpo dell'imprenditore: «Chi stacca alle otto di sera? Gli indolenti. I mediocri. [...] Difficile costruire qualcosa di importante, con l'occhio sull'orologio. Sfruttare ogni grammo di energia per andare avanti, migliorare, mentre gli altri, la mag-

gioranza, perdevano tempo» (*Ibid.*). Bugaro racconta le caratteristiche delle classi medie in base alla loro professione, e ci aiuta, come sostiene Bagnasco, a distinguerle in base alle loro scelte di consumo. In particolare, sulla vita quotidiana e sulle abitudini giornaliere della nuova e giovane generazione locale egli scrive (2010):

> C'erano giovanotti magri e sorridenti che avevano laccetti di cuoio intorno ai polsi e catenine d'oro intorno al collo, e camicie di un bianco abbagliante. Controllavano ogni cinque o dieci secondi le mail sull'iPad e i messaggi sull'iPhone perché volevano mostrarsi sotto pressione e perché erano abituati così. Guidavano BMW Cabrio dalla rata molto pesante – un po' troppo per loro –, andavano a cena al Tinello o al Lax insieme a ragazze piuttosto vistose conosciute al Q un paio di settimane prima e progettavano di mettersi in proprio entro quattro o cinque anni, seguire le operazioni *corporate* dalla parte degli imprenditori anziché delle banche, per fare finalmente un po' di soldi.

La percezione del tempo è un elemento cruciale, che evidenzia il cambiamento socio-economico tradotto nelle abitudini corporee quotidiane (Simmel 1903). Simmel, un secolo fa, sottolineava l'importanza del tempo quotidiano e la sua monetizzazione. Il tempo del quotidiano diventa un indicatore di successo, tanto nel nostro caso studio quanto, più in generale, nelle società occidentali industriali e post-industriali. Franco Rampazzo, il protagonista del romanzo *Effetto Domino* (2015) di Romolo Bugaro, rappresenta perfettamente la figura dell'imprenditore veneto con tutte le sue fragilità. In un suo racconto orale, Bugaro così lo descrive: [6]

> La sua giornata è piena e lui si trova in continuo movimento, non gli è permesso fermarsi. Quello che fa il piccolo imprenditore veneto è il non-fermarsi perché sa che in un attimo tutto può cambiare. La prova del suo successo è il non-fermarsi, come lo è anche l'automobile di pregio: una prova dello status. Ha pochissime relazioni sociali anche se è una figura simpatica. Gli interessa continuare a produrre occasioni e movimenti per mantenere il suo status. Mantiene sempre molta distanza dagli altri, distanza che aumenta quando scatta un problema. Rampazzo non chiede aiuto, perché è un re, la fabbrica del piccolo imprenditore è il suo castello e lui è il re.

[6] R. Bugaro, intervista personale dell'autrice, Padova, 28-06-2018.

Se il non-fermarsi è una delle caratteristiche della vita quotidiana dell'individuo del Nordest, secondo gli scrittori, Francesco Maino, dall'altra parte, parlerà di un'altra pratica spaziale, molto diffusa nella società locale: del "rituale dello spritz": [7]

> Il rituale dello spritz è una nuova eucaristia, è una norma obbligatoria ed è visto come un "dover fare". Alle sette di sera sempre al bar, come andare alla messa la domenica, devi andare. Se bevi lo spritz insieme a tutti, fai parte di una comunità, "appartieni-a". Spritz, la maglietta figa, la macchina; significa che "ce l'hai fatta", "ce l'abbiamo fatta da soli, contro tutti, contro lo Stato, nonostante la legge, la storia, la cultura, la politica, il destino", "la bontà è una norma". È la stessa gente che va in rosticceria-gourmet per comprare il formaggino francese per il cane della moglie, e quando muore il padre non ha altro che dire per il proprio padre se non "era un bravo lavoratore", senza mai conoscere la propria moglie o i propri figli.

L'individuo ha il bisogno di essere riconosciuto dalla società locale attraverso pratiche spaziali specifiche, come l'aperitivo serale al bar. Si tratta di una pratica spaziale molto diffusa nel territorio del Nordest, caratteristica dell'identità locale. In particolare, è attraverso un determinato stile di vita che l'individuo desidera essere riconosciuto dalla società locale.

Corpo ed emozioni

In tutto questo, possiamo identificare diverse emozioni. Si nota lo sforzo di essere riconosciuti e "accettati" da parte della società locale, attraverso uno stile di vita specifico e di determinate forme di socializzazione. Al di fuori delle pratiche che identificano l'individuo come "uno di loro", c'è, in qualche modo, l'emarginazione. In questa direzione, l'individuo si trova in una condizione di ansia costante, per riuscire a "sopravvivere" dal punto di vista sociale e per non essere escluso o, in qualche modo, disprezzato dalla società locale.

Se, dunque, le azioni generano emozioni, contemporaneamente le emozioni orientano le nostre scelte. C'è un'emozione che, forse, più di altre si lega allo status sociale e alla sua manifestazione: la vergo-

[7] F. Maino, intervista personale dell'autrice, Mestre, 19-09-2018.

gna. Potremmo dire che il corpo prova vergogna od orgoglio a causa del suo status sociale. «Il terrore di scomparire socialmente, che oggi equivale a non esistere, a non sentire l'esistenza, è più forte della vergogna», osserva Turnaturi (2012, 18). Scrive Bugaro a proposito del corpo dell'imprenditore: «abituati alla centralità, resistono ben poco come figure semianonime tra la gente. […] Stare sul mercato è difficile, non ci vuole niente per cadere» (2010). Scomparire socialmente nel territorio del Nordest, a parte le pratiche sociali di riconoscimento che abbiamo visto sopra (il "non-fermarsi" e il "rituale dello spritz"), significa anche una ridotta capacità di spesa, a causa del proprio lavoro. Il lavoro non è solamente un elemento che consente l'appartenenza a un determinato gruppo sociale, ma serve anche per ottenere tutto ciò che materialmente compone un'identità locale. Secondo Bordoni (2012, 124):

> Il lavoro, attività socialmente utile e necessaria al proprio sostentamento, si è subito adattata al processo "perverso" dettato dalla sublimazione della fatica attraverso il consumo *compensatorio*, che si traduce nella sopportazione di un'attività ripetitiva, stancante e insoddisfacente in cambio dell'opportunità di accedere ai consumi di mercato, grazie alla mediazione convenzionale del denaro; perversa, perché è il consumo di mercato a divenire la motivazione principale dell'attività lavorativa e non il suo contrario.

E aggiunge Gorz: «il "consumo compensatorio" originariamente proposto ai lavoratori per fargli accettare la funzionalizzazione del lavoro, diventa lo scopo in cui il lavoro funzionale è ricercato dai non lavoratori: non vogliono più i beni e servizi del mercato come compenso per lavoro funzionale; vuoi ottenere un lavoro funzionale per pagare i consumi del mercato» (2011, 58). Di conseguenza, come Turnaturi suggerisce, «l'abito Prada, un reddito che consente un consumo continuo e cospicuo sono per molti uomini e donne, oggi, una sorta di scudo protettivo contro la vergogna di apparire come dei perdenti» (2012, 19-20). Bugaro (2010) scrive a riguardo:

> Ferme davanti alle vetrine di Dev, le ragazze in apprendistato o cocopro o prive di contratto guardano le borse da 1.950 euro, le scarpe da 675, i guanti da 240. […] Una borsa vale il doppio, il triplo del loro stipendio. Un cappotto imbottito significa sei mesi di lavoro. […] Vivere in famiglia consente di respirare. Hanno dei risparmi. Cinquemila, diecimila euro. Accettando l'idea di uno sforzo estremo, giacche e borse di Dev potrebbero essere alla loro portata. […] Votare a destra

> è l'unico modo per far fronte al quotidiano senso di esclusione. Hanno bisogno di darsi la conferma di essere ragazze normali, allegre, occidentali. Ragazze che vanno in discoteca e guidano la Matiz. Devono rinforzare gli argini e allontanare la paura.

Persa la possibilità di acquistare, tutto è perso, osserva Turnaturi (Ivi, 37). Il corpo è in continua tensione per adattarsi a quel canone e, se fallisce, si mortifica, si sacrifica e vuole morire (*Ibid*.). L'autrice aggiunge: «si vergognano così tanto della caduta del loro status sociale ed economico che scelgono di morire per far sì che la loro famiglia continui a vivere l'unica vita che ritengono degna di essere vissuta: una vita agiata, senza problemi e senza sforzi, un vita da consumatori soddisfatti» (Ivi, 36). In poche parole, sono le abitudini del corpo e le sue pratiche spaziali che testimoniano o no successo o fallimento, in base agli standard della società locale.

Conclusioni

Il contributo vuole sottolineare il valore di due aspetti: prima di tutto quello dello studio della vita quotidiana come "prodotto" del sistema economico-politico e, di seguito, quello dell'importanza delle narrazioni letterarie per l'analisi urbana. È nella vita quotidiana che possiamo avere un feedback sull'effettiva qualità della vita offerta da un determinato stile di vita. Sono le pratiche spaziali che ci possono aiutare a capire quello che è significativo per la società locale, ovvero, di quali tratti si compone la sua identità socio-spaziale. Studiare la vita quotidiana significa studiare il tempo e il suo uso. Per l'individuo contemporaneo delle società avanzate (e del nostro caso studio), l'impegno lavorativo è un tratto identitario fondamentale. Tuttavia, secondo Crepet (2015, 113):

> Un impegno lavorativo costante porta l'uomo lontano dalla felicità, giacché non lo fa pensare. Forse è questo l'obiettivo di molti. Il pessimismo che permea parte del pensiero occidentale si basa su una certezza: quando l'uomo inizia a pensare non può che rattristarsi, in quanto prende coscienza della propria deprimente condizione. La cultura più condivisa ritiene che l'identità personale sia basata su quella professionale. […] Emerge così una bizzarra visione – quasi stacanovistacalvinista – della felicità: l'unico modo per meritarsela è impegnarsi nel lavoro anche se non lo ami e non lo hai scelto.

Lo studio della vita quotidiana risulta, dunque, fondamentale per decodificare in profondità una grande quantità di pratiche e di emozioni del quotidiano.

Infine, secondo Jedlowski, l'opera letteraria consiste una fonte rilevante, per capire cos'è socialmente significativo per una realtà che viene descritta, ma anche per capire le emozioni racchiuse in essa. Per Jedlowski, le storie più fantastiche possono essere usate come metafore per parlare di dimensioni della realtà che sono notevolmente comprensibili ma non "irreali": di emozioni, sentimenti o intuizioni che altrimenti rimarrebbero solo oscuramente percettibili (2010, 26). Egli racconta che il romanzo è come una fonte per comprendere il senso comune di un luogo e di un tempo. L'autore suggerisce che «il romanzo ci rende consapevoli di ciò che prima era avvertito solo confusamente, e con ciò renderlo, per così dire, maggiormente *reale* […] Solo dopo il romanzo, il comportamento è riconosciuto e categorizzato, ha trovato – per così dire – cittadinanza nella realtà» (Ivi, 27-28). Infine, secondo Longo, attraverso la letteratura impariamo qualcosa di noi stessi e del mondo (2019, 61). Guardando un film, leggendo un romanzo, osservando le restituzioni e le narrazioni urbane di alcuni abitanti, è possibile dire: «quelle immagini, quelle parole, quelle narrazioni siamo Noi» (Schiavo 2020). La letteratura offre letture del territorio, trasversali e olistiche, che illuminano aspetti, situazioni, figure, condizioni di vita e una serie di dati che non sono facilmente ottenibili tramite le narrazioni convenzionali o ufficiali di una realtà socio-spaziale. Tuttavia, mi sembra di fondamentale importanza evidenziare che, insieme agli scrittori, sono molto rilevanti anche le interpretazioni dei testi da parte di tutte le figure professionali coinvolte nel mondo letterario, come lo sono i critici di letteratura. La loro interpretazione, che deriva da una lettura "allenata" e professionale, potrebbe portare a livelli superiori la conoscenza acquisita dalle opere letterarie. Infine, lo sguardo acuto di chi si occupa di letteratura riesce spesso a percepire dei fenomeni più difficilmente leggibili rispetto allo sguardo convenzionale, ed è proprio qui che sta il valore di queste fonti; fonti preziose per l'analisi urbana, che passano davanti ai nostri occhi tutti i giorni.

Bibliografia

Amendola, G., *Sguardi sulla città moderna. Narrazioni e rappresentazioni di urbanisti, sociologi, scrittori e artisti*, Bari, Edizioni Dedalo, 2018.

Attili, G., *Rappresentare la città dei migranti. Storie di vita e pianificazione urbana*, Milano, Jaca Book, 2007.

Bagnasco, A., (a cura di), *Ceto medio. Perché e come occuparsene. Una ricerca del Consiglio italiano per le Scienze Sociali*, Bologna, Il Mulino, 2008.

Bettin Lattes, G., "Il libro. Arnaldo Bagnasco (a cura di), Ceto medio. Perché e come occuparsene. Una ricerca del Consiglio italiano per le Scienze Sociali, Bologna, il Mulino, 2008", in *SocietàMutamentoPolitica*, vol. 4, n. 7, 2013, pp. 283–306.

Bordoni, C., *La società insicura*, Aliberti Editore, Roma, 2012.

Borelli, G., "Sociologia e letteratura: percorsi disciplinari e misletture", in *Tracce Urbane*, n. 2, Dicembre 2017, pp. 82-115.

Bourdieu, P., *Risposte*, Torino, Bollati Boringhieri, 1992.

Bugaro, R., *Bea Vita! Crudo Nordest*, Roma-Bari, Laterza, 2010.

Bugaro, R., *Effetto domino*, Torino, Einaudi, 2015.

Caravero, A., *Tu che mi guardi, tu che mi racconti. Filosofia della narrazione*, Milano, Feltrinelli, 1997.

Coser, L., *Sociology through Literature: An Introductory Reader*, Prentice Hall, University of Michigan, 1963.

Crepet, P., *Impara a essere felice*, Torino, Einaudi, 2015.

Dal Lago, A., "La sociologia come genere di scrittura. Lo scambio tra scienze sociali e letteratura", in *Rassegna italiana di sociologia*, a. XXXV, n. 2, 1994, pp. 163-188.

De Certeau, M., *L'invenzione del quotidiano*, trad. di M. Baccianini, Roma, Edizioni Lavoro, 2010.

Eco, U., *Opera aperta*, Milano, Bompiani, 1976.

Epstein, A., "Critiquing 'La Vie Quotidiene': Contemporary approaches to the Everyday", in *Contemporary Literature,* v. 49, n. 3, University of Wisconsin Press, Fall 2008, pp. 476-487.

Gardiner, M., *Critiques of Everyday Life*, London-NewYork, Routledge, 2000.

Geertz, C., *The Interpretation of Cultures: Selected Essay,* trad. di E. Bona, Bologna, Il Mulino, 1998.

Given, L.M., *The Sage Encyclopedia of Qualitative Research Methods*, Vol 1 & 2, California, SAGE, 2008.

Gorz, D., *Sulla paura. Fragilità, aggressività, potere*, Milano, Feltrinelli, 2011.

Highmore, B., *The Everyday Life Reader*, ed. London-NewYork, Routledge, 2002.

Highmore, B., *Everyday Life and Cultural Theory: An introduction*, London-New York, Routledge, 2002.

Jedlowski, P., *La letteratura come fonte*, il saggio e il volume sono stati scritti in italiano o hanno un traduttore? in R. Siebert & S. Floriano, (a cura di), *Incontri fra le righe. Letterature e scienze sociali*, Cosenza, Pellegrini, 2010, pp. 13-31.

Laslett, P., "The Wrong Way Through the Telescope: A Note on Literary Evidence in Sociology and in Historical Sociology", in *The British Journal of Sociology*, 27 (3), 1976, pp. 319-342.

Lefebvre, H., *Critica della vita quotidiana vol. I*, trad. di V. Bonazza, Bari, Dedalo, 1976.

Lefebvre, H., *Critique de la vie quotidienne II. Fondements d'une sociologie de la quotidienneté*, ed. or. 1962, *Critica della vita quotidiana vol. II*, trad. di V. Bonazza, Bari, Dedalo, 1976.

Lefebvre, H., *La Vie quotidienne dans le monde moderne,* ed. or. 1968, *La vita quotidiana nel mondo moderno*, a cura di Paolo Jedlowski e Amedeo Vigorelli, Milano, il Saggiatore, 1979.

Lefebvre, H., *Critique de la vie quotidienne III. De la modernité au modernisme (Pour une métaphilosophie du quotidien*), 1981, Paris, L'Arche, 1981.

Lefebvre, H., *La produzione dello spazio*, Roma, Pgreco, 2018.

Lepenies, W., *Le tre culture. Sociologia tra letteratura e scienza*, Bologna, Il Mulino, 1985.

Longo, M., *Il sociologo e i racconti. Tra letteratura e narrazioni quotidiane*, Roma, Carocci, 2012.

Longo, M., *Fiction and Social Reality. Literature and Narrative as Sociological Resources*, London, Routledge, 2015.

Longo, M., "Un insolito connubio. Sull'uso delle narrazioni letterarie nelle scienze sociali", in *Sociologia del lavoro*, n. 153, 2019, pp. 56-75.

Maino, F., *Cartongesso*, Torino, Einaudi, 2014.

Olson, L., "Everyday life Studies: a review", in *Modernism/modernity*, v. 18, n. 1, Johns Hopkins University Press, January 2011, pp. 175-180.

Paolini, M., *Bestiario Veneto: Parole mate*, Pordenone, Edizioni Biblioteca dell'Immagine, 1999.

Phillips, S., *The Poetics of the Everyday: Creative Repetition in Modern American Verse*, NewYork, Columbia University Press, 2010.

Roberts, J., *Philosophizing the Everyday*, London-New York, Pluto Press, 2006.

Scandurra, G., "La città tra romanzo e studi urbani: un progetto di ricerca antropologico", in *Tracce Urbane*, n. 2, Dicembre 2017, pp. 82-115.

Schutz, A., "Don Quixote and the Problem of Reality", in Broderson, A., (a cura di), *Schutz: Collected Papers II. Studies in Social Theory*, The Hague, Martinus Nijhoff, 1964, pp. 135-158.

Schiavo, F., *Parigi, Barcellona, Firenze. Forma e racconto*, Sellerio, Palermo, 2004.

Searle, J.R., "The logical status of fictional discourse", in *Literary History*, 6, 2, pp. 319-332, 1975.

Semi, G., Santoro, M., Sassatelli, R., *Fronteggiare la crisi. Come cambia lo stile di vita del ceto medio*, Bologna, Il Mulino, 2015.

Trevisan, V., *I quindicimilla passi*, Torino, Einaudi, 2002.

Trevisan, V., *Tristissimi Giardini*, Roma-Bari, Laterza, 2010.

Trevisan, V., *Works. Edizione ampliata*, Torino, Einaudi, 2022.

Turnaturi, G., *Immaginazione sociologica e immaginazione letteraria*, Roma-Bari, Laterza, 2003.

Turnaturi, G., *Vergogna. Metamorfosi di un'emozione*, Milano, Feltrinelli, 2012.

Tzatzadaki, O., "Literature as a Socio-Spatial Diagnosis Tool. Reporting the Dominant Emotions of the Città Diffusa of the Italian North-East through Novels and Testimonies", in *Italian Journal of Sociology of Education*, 11 (2), 2019, pp. 190-217.

Tzatzadaki, O., "La narrazione non-convenzionale come innovazione nel processo analitico socio-spaziale. Il caso della città diffusa del Nordest", in Giaimo C., Tosi M.C., Voghera A., (a cura di), *Tecniche Urbanistiche per una fase di Ricrescita*, *Downscaling-Righsizing*, Roma-Milano, Planum, 2021, pp. 147-153.

Villalta, G.M., *Padroni a casa nostra*, Milano, Mondadori, 2009.

Sitografia

Schiavo, F., "Cosa vuol dire "forma"? Tra cinema e letteratura: lo spirito del luogo in Pasolini", in *Dialoghi Mediterranei*, n. 44, 1 luglio 2020, in

http://www.istitutoeuroarabo.it/DM/cosa-vuol-dire-forma-tra-cinema-e-letteratura-lo-spirito-del-luogo-in-pasolini/?fbclid=IwAR2tMkz0mnEdLxe1IIWLga4rLY52CHOzXRW3fMwCLm03Z9HIPErE0NGS (ultimo accesso 30/04/2023).

Nota finale ai testi

Luigi Amato

Quando la Professoressa Anna Fici e il dottorando Claudio Gnoffo mi hanno proposto di essere tra i membri del comitato scientifico di "Realtà mediali" illustrando quale idea li muovesse, devo riconoscere che ho avvertito subito la complessità del progetto.

Non è certo sforzo da poco, né esente da rischi, tracciare una sorta di "istantanea" di ciò che si sta muovendo nei vasti campi dell'arte e della cultura. Non si tratta soltanto di fare una sorta di censimento dei molteplici modi in cui arte e cultura si manifestano nei media oggi. Si tratta bensì di prendere atto di come oggi i media non si limitino a veicolare espressioni artistiche e prodotti culturali, ma vengano da questi incorporati. Nuovo il fenomeno, nuovi, necessariamente, gli approcci della ricerca.

Ciò che ne è venuto fuori è un'"istantanea dinamica" dei processi di convergenza in atto, tanto dei diversi media tra loro quanto, tra i media e ciò che veicolano, nonché tra i media e i loro fruitori, ossia noi: tutto questo è il cosiddetto stato dell'arte.

Le tre fitte giornate del convegno, pur essendo necessariamente "ingabbiate" dalla modalità telematica ancora raccomandata nel marzo 2022, sono state estremamente stimolanti e vivaci. Paradossalmente, proprio la modalità telematica ha permesso un'ampia partecipazione di relatori e uditori, superando anche lunghe distanze geografiche.

In quei giorni dovevo tenere delle lezioni a Malta come *Visiting Professor*, ma non appena potevo seguivo con estreme interesse. Si respirava un clima appassionato di dialogo e di – è proprio il caso di dirlo – convergenza, che ci faceva quasi dimenticare di essere collegati da remoto. E tali erano la ricchezza di prospettive e le possibilità di interconnessioni che si sono venute a creare, che, malgrado la vastità

del programma, si è comunque riusciti a tessere un mosaico unico di interrogativi e visioni, pur nella loro eterogeneità. Da questo variopinto mosaico variopinto sono emerse delle tendenze dominanti, come dei minimi comun denominatori fra le linee di ricerca, che risultano ancora più chiari nei contributi dei due volumi, questo e il seguente.

Queste due raccolte di paper non sono dei semplici "atti" di convegno. Come Anna Fici e Claudio Gnoffo avevano fin da subito auspicato, sono piuttosto delle estensioni di quanto, in quelle giornate, si è discusso: ulteriori sviluppi di un discorso – fatto a sua volta da tanti discorsi – che non si poteva relegare o esaurire in quelle sessioni e in quei *panel*, ma deve continuamente svilupparsi, offrendo ancora nuovi stimoli e avviando ulteriori linee di ricerca.

È la medialità, ovviamente, il filo conduttore del convegno nonché delle due pubblicazioni conseguenti. E l'arte, ovviamente, è l'elemento predominante in questo volume: si evince già dal titolo. Oltre alla medialità e all'arte, qual è un altro elemento che spicca tra i contributi che avete letto in questo volume, e quale linea di ricerca suggerisce? È una parola che ho già usato in queste mie righe: "convergenza".

Già Henry Jenkins (2006) parla di convergenza sul piano culturale ed economico, ossia a partire da un livello tecnologico fino ad arrivare a un livello globale, così da modellare le abitudini e i consumi dei fruitori. Una delle linee di ricerca emerse è la diffusione di un modello sempre più interattivo di convergenza, tra il fruitore di un prodotto e il produttore che glielo propone, tramite il medium di fruizione. Non si tratta di semplice interazione ma di una partecipazione attiva dell'utente che non è più solo spettatore né semplice consumatore ma influisce fattualmente sull'offerta che gli viene fatta, forgiando la propria esperienza e indirizzando l'offerta stessa, tramite il dispositivo che non è più un mero medium ma parte dell'esperienza in sé. Un esempio nel campo della narrativa è che non si parla più solo di *fan fiction* e *fan art*, che sono, tutto sommato, manifestazioni d'amore dei fan rispetto a un universo narrativo di cui cercano di continuare a godere al di fuori della sua rappresentazione "canonica" e "ufficiale", ossia quella elargita dai produttori; ora si parla anche di *fan service*, dove sono gli stessi autori del prodotto a studiare e far proprie le fantasie dei fan per realizzarle concretamente e compiacerli. E ciò accade perché oggi, quando gli appassionati in rete esprimono con tweet e post il desiderio che sia un dato attore a interpretare un ruolo o che

si crei una determinata situazione tra due personaggi, se questo desiderio diventa "virale" e condiviso da un'ampia collettività, allora la casa di produzione sente di dover realmente tenerne conto. Diverse serie sono state salvate così dalla cancellazione. Se prima, con il *fandom*, gli appassionati si creavano per conto proprio il prosieguo delle storie dei loro beniamini, adesso hanno la capacità di indirizzare e condizionare i produttori stessi, che plasmano la propria offerta per andare, nei limiti del possibile, loro incontro. Che autori e case di produzione abbiano sempre cercato di intercettare i gusti del pubblico, è chiaro: il cambiamento in atto sta nel fatto che non si limitano più a cercare di comprenderli e prevederli (nonché indirizzarli), ma si pongono in un ascolto attivo e rispettoso in corso d'opera, in una continua interazione consentita dai nuovi media. Se prima uno spettatore non poteva, né dalla sala del cinema né dal salotto con la tv, interagire immediatamente con i creatori di ciò cui stava assistendo, oggi può: con lo smartphone, appena terminata la visione, può scrivere la sua recensione nonché un post su un altro film che ancora deve uscire ma che già sta creando attorno a sé un *hype* di attese. Il punto è: non si tratta di uno o due fruitori isolati che postano le proprie opinioni, ma di una convergenza fra utenti che, insieme, operano una convergenza collettiva che interagisce con il potere dei produttori e lo influenza. Ciò è parte di un discorso ben più vasto: è una convergenza di tutti i cambiamenti sociali e culturali, nonché tecnologici, che influenzano tanto i gusti dei fruitori quanto le scelte dei produttori, e gli uni e gli altri s'incontrano in questa interazione dinamica. Da un lato Netflix propone, all'interno del suo catalogo, una sezione di serie e film dedicati a un tema, consigliando all'utente determinati prodotti in particolare perché stima, in base a determinati fattori, che essi possano incontrare il suo favore; dall'altro lato è l'utente stesso, personalizzando la propria esperienza, a fornire dati utili a Netflix per i successivi consigli che la piattaforma gli darà. La piattaforma di buon grado raccoglie dati su dati, in modo da non offrire consigli che siano lontano dai gusti del suo fruitore-cliente-consumatore.

Da tutto questo, mi pare affiori un minimo comun denominatore che lega tutti i paper, in maniera ancora più trasversale. Quale? Lo trovate, anche questo, nel titolo: è la narrazione.

Già in quei giorni era emerso, e in questo volume si fa ancora più manifesto, che il grande tema dei nostri tempi è la narrazione, il raccontare una storia, come bisogno e come capacità.

È risaputo che gli esseri umani hanno bisogno di raccontare storie, perché devono spiegarsi il mondo che li circonda e trovargli un senso. «El animal que cuenta historias, es el viviente que encuentra y da sentido al mundo y a sí mismo mediante la palabra», ci dice Enrique Anrubia Arapici (2002). Le storie ci permettono di connettere i fatti in una sequenza logica di causa ed effetto, nonché stabilire un inizio e una fine nella catena degli eventi. Fin qui, nulla di nuovo. La novità sta nel fatto – ed è una delle linee di ricerca emerse dal convegno – che adesso questo bisogno è notevolmente aumentato. Di per sé, il bisogno di storie e di senso è direttamente proporzionale all'incremento dell'incertezza e dell'inquietudine individuale e sociale. Oggi c'è un senso di precarietà sempre più diffuso, per tante ragioni concomitanti e correlate che stiamo vivendo, di natura ambientale, geopolitica ed economico-finanziaria (nonché sanitaria, durante la pandemia).

Questo aumento del senso di precarietà e incertezza ha un effetto chiaro e manifesto: il corrispettivo aumento del bisogno di storie, che siano "vere" o *fiction*.

La narrazione è il filo conduttore dei testi che voi, arrivati a queste righe, probabilmente avete già letto: da Giancarlo Germanà Bozza che ci mostra l'archetipo dell'eroe attraverso le rivisitazioni del mito classico nella narrativa odierna, fino a Tiziana Maria Di Blasio che ci stimola con riflessioni profonde sulle confluenze e gli intrecci che intercorsero fra due giganti come Antonioni e Barthes; da Olga Tzatzadaki con la sua analisi acuta di quella che, da narrazione dello status e dei valori di un certo Nordest italiano, potrebbe essere sineddoche dei valori di riferimento di tutto il nostro occidente, fino a Claudio Gnoffo che, da Mary Shelley a *Don't Look Up*, fa una disamina avvincente su cosa può essere effettivamente per noi l'"apocalisse" e su come gli esseri umani se la raccontano in base alle narrazioni dominanti delle loro epoche.

Sia che siamo diffidenti sia che siamo invece fiduciosi verso le narrazioni mediatiche in cui siamo immersi, avvertiamo comunque che questo nostro tempo è pieno di incognite per le quali non abbiamo immediate risposte; sono le cause di quel senso di precarietà cui accennavo prima e che non mancano nemmeno sul piano artistico e cul-

turale, come avete avuto modo di leggere in questo volume. E allora ecco che dubbi e paure spingono a un notevole incremento di quella fame di storie e di senso che ci ha sempre caratterizzati come esseri umani, ma che attualmente appare quasi bulimica. Più siamo diffidenti verso le narrazioni mediatiche e storiche in cui siamo immersi, più ci sentiamo bisognosi di narrazioni rassicuranti o avvincenti, che riempiano il vuoto.

Tra *franchise* in continua espansione, multiversi narrativi che si coagulano, saghe che si dipanano lungo film, spin-off, sequel e quant'altro, e videogiochi con trame complesse da veri e propri kolossal cinematografici, è aumentata non solo la quantità ma anche la qualità delle storie che vengono raccontate, con una complessità sempre crescente, in diretta correlazione con un'utenza sempre più critica e attenta. Basta addentrarsi nel catalogo di Netflix, Amazon Prime o Disney Plus per chiedersi se sono gli utenti a non riuscire a star dietro alle inesauribili offerte di queste piattaforme o se sono le piattaforme a dover rincorrere utenti mai sazi con offerte sempre nuove: in definitiva sono vere entrambe le cose, come ulteriore esempio di quella convergenza che si diceva prima (e un sintomo di ciò è il fenomeno del *binge watching*).

In un tempo di timori e precarietà come questo, le piattaforme non hanno problemi a far leva su nostalgia e affezione: molti fan hanno di certo accolto con gioia il ritorno delle loro eroine Carrie, Charlotte e Miranda di *Sex and the City* nella serie sequel *And Just Like That*. Che poi una delle attrici, l'interprete dell'iconica Samantha, abbia deciso di disertare il cast per dissapori insanabili con le colleghe, non è un problema, anzi: il gossip fuori dal set fa parte del gioco tanto quanto la storia narrata dentro il set. Chi non è appassionato degli universi narrativi offerti oggi dal mercato all'immaginario collettivo (la cosiddetta "cultura nerd"), potrebbe sorridere se sentisse degli appassionati discutere se ci si possa identificare maggiormente nell'eroico Topolino o nel fallibile Paperino; chi ascoltasse discussioni animate su chi sia il più "fedele" interprete di Batman tra Michael Keaton e Ben Affleck, potrebbe benevolmente e paternalisticamente scuotere il capo ritenendo che siano frivolezze per chi non ha problemi più urgenti: e invece tutto ciò è il nucleo pulsante attorno cui ruota un mercato di dimensioni globali, tanto sul piano economico, con tutte le professioni che vivono delle rappresentazioni mediali di questi

personaggi, quanto sul piano artistico, con talenti che s'impegnano a creare storie sempre più appassionanti e appetibili per i loro esigenti fruitori. Quando Tarantino, per bocca di David Carradine in *Kill Bill: Volume 2* (2004), espresse la sua personale visione del rapporto tra Superman e Clark Kent (chi è la maschera, il divino Superman o l'umanissimo Kent?), si generò un vivace dibattito tra gli appassionati. *The Big Bang Theory* (2007-2019) non è solo una sitcom di enorme successo sui nerd, ma uno spaccato estremamente fedele di tutto ciò. Può davvero stupirci che, in una società caratterizzata da incertezze e incognite, si esiga che almeno i personaggi e le storie del nostro immaginario abbiano caratteristiche solide e rassicuranti?

Dunque, tutti i contributi di questo volume – chi in maniera esplicita e chi no, chi in misura maggiore e chi minore – non s'interrogano solo su questioni artistiche, come fa acutamente Arrigo Musti con le sue riflessioni taglienti sulla natura dell'arte oggi, ma essenzialmente su cosa ci raccontiamo, come ce lo raccontiamo, a chi lo raccontiamo (oltre che a noi stessi) e perché.

Concludo queste brevi righe con un ringraziamento sentito alla Professoressa Anna Fici e a Claudio Gnoffo per aver coordinato e condotto questa bellissima esperienza, con tutto quello che ne è conseguito, come questo volume poderoso che avete tra le mani. Anna, coadiuvata da Claudio, si è fatta portatrice di un intento veramente grande, una visione di quella che può e deve essere la ricerca: una sinergia tra forze diverse accomunate dagli stessi intenti d'indagine, in una clima di multidisciplinarietà che guardi al mondo e alle sue incognite con il rigore del metodo scientifico e con la curiosità delle menti creative e aperte. Questo convegno ha visto interagire l'Università degli Studi di Palermo con l'Accademia di Belle Arti oltre che con altri atenei italiani e con accademici rinomati a livello internazionale, quali Marcel Danesi, Didier Tsala Effa e Lev Manovich.

Il mio augurio non può che essere quello di continuare su questa strada.

Visita il nostro catalogo:

Finito di stampare nel mese di
Settembre 2023
Presso la ditta Fotograph s.r.l – Palermo
Editing e typesetting: Anna Concetta Filizzola - per conto di NDF
Progetto grafico copertina: Luminita Petac

Lo statuto dell'arte è cambiato. È cambiato così profondamente da rendere obsoleto persino il termine "statuto", in quanto esso allude a una, sia pur temporanea e breve, stabilità.
Precisamente, la parola "statuto" associata ad "arte" indica l'insieme dei principi fondamentali intorno a cui ruota l'organizzazione di questo particolare ambito dell'attività umana, nei due momenti essenziali, ovvero in quello della produzione e in quello della fruizione.
Il convegno "Realtà mediali", da cui questo volume trae spunto, si è svolto sotto l'egida del Dipartimento Culture e Società dell'Università di Palermo, dal 16 al 18 marzo 2022. Con esso si è voluto dare l'avvio a una riflessione ampia, interdisciplinare e partecipata sui mutamenti che stanno interessando quel vasto ambito, dai confini oggi decisamente meno distinti e distinguibili che in passato, dell'arte e della comunicazione.
Le relazioni pervenute sono state talmente numerose e interessanti da spingerci alla pubblicazione di due volumi consecutivi. Questo primo, "Medialità, arte e narrazioni", è una raccolta di esperienze artistiche e di ricerca, attraverso le quali possiamo arrivare alle domande che oggi ha ancora senso farsi sull'arte, individuandone al contempo di nuove. Il secondo, dal titolo "Medialità, comunicazione e società", allargherà lo sguardo alla mediazione creativa della socialità in vari ambiti.

Anna Fici

www.unipapress.com