

Nuova Secondaria Ricerca

3

novembre 2015

MARTINA CHIUSOLO (*Dottoranda, Università di Bergamo*)

VINCENZO COSTA (*Università del Molise*)

Tecnica, cultura e media a partire da Jean Baudrillard

FABIO DOVIGO (*Università di Bergamo*)

The Kenyan and Italian lower secondary schools:

a comparative analysis of the variations in the quality of education in the sixth grade level

MABEL GIRALDO (*Dottore di ricerca, Università di Bergamo*)

Il caso della rivista *Tempo Sereno Animazione ed Espressione*

SILVIA ANNAMARIA SCANDURRA (*Dottore di ricerca, Università di Bergamo*)

L'educazione alla democrazia nel sistema educativo di istruzione e formazione italiano

Tecnica, cultura e media a partire da Jean Baudrillard

Martina Chiusolo, Vincenzo Costa

A partire dal contributo di Jean Baudrillard su media e società di massa, il presente saggio si propone di avviare una riflessione sulle trasformazioni fondamentali del *mondo della vita* in conseguenza dell'utilizzo dei nuovi media e, in particolare, in relazione alla formazione della persona. Il saggio cerca di mostrare come le nozioni baudrillardiane di "sistema degli oggetti", "consumo culturale" e "scambio simbolico" continuano ad essere elementi interpretativi di cruciale importanza per la comprensione delle trasformazioni in corso. Pertanto, a partire da una considerazione relativa all'oggetto mediale inteso come sistema "significativo" di azioni, la riflessione si sposta sulle ricadute antropologiche della tecnica, come anche sulle trasformazioni che questa introduce nella struttura della relazione intersoggettiva e delle forme della socialità.

Starting from the contribution of Jean Baudrillard concerning media and mass society, this essay wishes to provide a reflection on the main transformations of the lifeworld as a consequence of the use of the new media and, in particular, in relation to the education of the person. The essay attempts to point out how the Baudrillardian notions of "system of objects", "cultural consumption" and "symbolic exchange" continue to be crucial elements for the interpretation and comprehension of the ongoing transformations. Therefore, starting from an observation regarding the medial object understood as a "meaningful" system of action, the reflection shifts to the anthropological repercussions of the technique, as well as the transformation that the technique introduces in the structure of the intersubjective relationship and the forms of sociability.

Oggetto mediale e vita quotidiana

Quali sono gli effetti della trasformazione dell'esperienza in atto, in seguito all'introduzione dei mass media prima e dei new media dopo? Che cosa sta accadendo oggi nelle nostre vite e, in particolare, nella struttura della comunicazione che regola i rapporti interpersonali e lega le generazioni attraverso la trasmissione culturale? Sono queste le domande che vorremmo seguire in queste pagine, ed è a partire da esse che vorremo interrogare alcuni passaggi dell'opera – vasta, difficile, complessa, stratificata – di Jean Baudrillard.

Nell'avviare un'analisi della struttura della comunicazione mediata attraverso i media elettronici, notiamo che il primo reperto fenomenico che incontriamo sulla nostra strada è quello che Baudrillard definisce come il *sistema quotidiano degli oggetti*¹: il televisore, il telefono, la radio, il personal computer e, in seguito, considerando la nuova ondata tecnologica basata su Internet, potremmo aggiungere anche il web, la telefonia mobile, il tablet, etc. Tutti questi oggetti hanno una particolare struttura (o forma) che veicola determinati contenuti. Ad esempio, il telefono veicola le nostre voci e la televisione pubblicità e programmi televisivi. Allo stesso modo, andando ancora più indietro nel tempo, notiamo che i giornali veicolavano le notizie e infine, facendo riferimento alle nuove tecnologie dell'informazione contemporanea, potremmo dire

che «il software per il computer ha valore solo grazie all'hardware dei calcolatori e alle tecnologie di rete su cui il software gira»².

Ma perché parlare ancora di *sistema degli oggetti*, e soprattutto perché tale categoria resta valida anche per le tecnologie dell'informazione? In primo luogo, possiamo certamente affermare di essere di fronte a "oggetti" utilizzati nella vita quotidiana delle società contemporanee. In secondo luogo, nell'impostazione di Baudrillard, il concetto di sistema ci permette di andare oltre una mera definizione dei media come semplici *strumenti del comunicare*³, e in questo senso ci consente di sviluppare un'analisi relativa all'esperienza diretta dei media nella vita quotidiana. Infatti, seguendo Baudrillard, non si tratta esaminare «oggetti definiti secondo la loro funzione, o secondo le classi entro le quali potremmo catalogarli per comodità di analisi, ma il processo per cui le persone entrano

1. J. Baudrillard, *Le système des objets*, Gallimard, Paris 1968 [tr. it. a cura di Saverio Esposito, *Il sistema degli oggetti*, Bompiani, Milano 2009].

2. C. Shapiro - H.R. Varian, *Information rules. A strategic guide to the Network Economy*, Harvard Business School Press, Boston, 1999 [tr. it. a cura di Paolo Lupi e Fabio Manenti, *Le regole dell'economia dell'informazione*, Etas, Milano 1999, p. 10].

3. M. McLuhan, *Understanding Media. The Extensions of Man* (1964), tr. it. di E. Capriolo, *Capire i media. Gli strumenti del comunicare*, Il Saggiatore, Milano 2011.

in rapporto con essi e [la] sistematica dei comportamenti e delle relazioni umane che risulta»⁴.

Da questo punto di vista, si tratta certamente di interrogarsi sulle strutture dei media e su come essi incidono sulle nostre pratiche quotidiane. Infatti, non si tratta di chiedersi “a che cosa servono i media?”, oppure “quale utilizzo pedagogico si può fare di essi?”. Con Shapiro e Varian potremmo dire che oggi l'utilità dei nuovi media non consiste nel fornire informazioni o offerta formativa o nuove possibilità di formazione, poiché «in termini di quantità di informazioni, la rete web non è poi una risorsa così straordinaria. L'ammontare complessivo dei testi HTML accessibili in rete è equivalente, grosso modo, a un milione e mezzo di libri. La biblioteca dell'università di Barkley è dotata di circa 8 milioni di volumi e la qualità media dei libri è di gran lunga superiore»⁵.

Pertanto, sempre con Shapiro e Varian, potremmo ribaltare la questione affermando che il valore d'uso delle tecnologie non consiste nella quantità di informazioni che mettono a nostra disposizione. Piuttosto, la loro utilità consiste nel rendere possibile l'accesso ai servizi offerti sull'informazione. In altri termini, essi rendono possibile la distribuzione e la circolazione di «informazioni continuamente aggiornate, provenienti da archivi o da “altri” depositi di informazione»⁶.

Ma tutto ciò ancora non basta, poiché per Baudrillard «si tratta di interrogarsi su come gli oggetti sono quotidianamente vissuti, a quali esigenze rispondano oltre a quelle di funzionalità, quali strutture mentali si intersechino a quelle funzionali e le contraddicano, su quale sistema culturale, infra- o transculturale, sia fondato il loro vissuto quotidiano»⁷. D'altronde il senso stesso espresso dalla parola *pratico* supera sempre il semplice rimando all'uso possibile dell'oggetto, cioè a quello che noi possiamo fare con le cose, e in questo senso Baudrillard è chiaro, perché se certamente un oggetto si manifesta a noi come una *possibilità di azione*, è anche vero che tali possibilità sono già da sempre qualcosa di significativo per noi: ha cioè un valore simbolico oltre e prima di un valore d'uso. E tuttavia, proprio se prendiamo le mosse dalla differenza tra valore d'uso e valore simbolico dell'oggetto resta da decidere se accedere a una mole infinita di informazioni sia effettivamente qualcosa di significativo per noi o di determinante per le nostre vite quotidiane, e dunque se abbia o meno un valore formativo. Infatti, formazione non significa solo padroneggiare una mole di informazioni, ma imparare ad abitare simbolicamente il mondo, potersi inserire in una narrazione. E in questo senso, il valore simbolico e lo scambio simbolico rendono possibile l'educazione alla cittadinanza e la formazione del legame sociale. Vogliamo dire che nell'uso degli oggetti vi è

un'*eccedenza*, ed è proprio quest'ultima che va portata in luce rispetto alla latenza che assume nella routine della vita quotidiana. Vogliamo dire: è proprio la consapevolezza di questo eccedere di significatività che per molti versi resta latente e non manifesta.

Ora, proprio a partire da questo tipo di considerazioni, Baudrillard parla di un «sistema parlato degli oggetti» ovvero «del sistema più o meno coerente di significati che essi instaurano»⁸. Infatti, riprendendo il senso dell'espressione di McLuhan *il medium è il messaggio*, e tuttavia reinterpretandola in un senso più ampio, Baudrillard afferma che il principio della tecnologia è sempre da intendersi oltre che come *discorso sulla tecnica* anche come *logia della tecnica*, ovvero *parola o discorso istaurato dalla tecnica*. In questo senso, mentre da un lato quest'ultima modifica l'ordine del discorso, dall'altro lato anche il nostro discorso sulla tecnica si muove *già* all'interno di un ambito di compatibilità discorsive rese possibili dalla tecnica stessa.

Si tratta quindi di raccogliere l'insegnamento di McLuhan, ma spostando il piano di indagine da ciò che i media fanno alle nostre menti a ciò che i media fanno ai nostri discorsi e, di conseguenza, a ciò che se ne fanno delle nostre azioni. Perché, se è vero che il discorso è sempre diretto verso qualcosa di cui noi parliamo, per cui richiede un “oggetto” verso il quale noi tutti ci rivolgiamo, e dunque se possiamo parlare e comunicare perché viviamo in un mondo di significati condivisi, tuttavia è anche vero anche i media fanno parte del nostro mondo e che essi ci aprono verso significati che noi condividiamo proprio e anche attraverso i media. Aprono un mondo condiviso, ma occultano altre serie di possibilità d'azione e *rendono impossibili altri ordini discorsivi*.

Da questo punto di vista, occorre notare che è vero che i media hanno una forma, o una struttura, alla quale si adattano dei contenuti al fine di veicolarli e che, rispetto alle nuove tecnologie, «l'infrastruttura rappresenta per l'informazione quello che la bottiglia rappresenta per il vino» o, in altre parole, che «la tecnologia costituisce l'involucro che permette all'informazione di essere trasmessa ai consumatori finali»⁹. Ed anche vero che la comprensione di tali contenuti passa attraverso l'adattamento delle nostre modalità di lettura alla forma stessa del medium,

4. J. Baudrillard, *Le système des objets*, Gallimard, Paris 1968 [tr. it. a cura di Saverio Esposito, *Il sistema degli oggetti*, Bompiani, Milano 2009, p. 7].

5. C. Shapiro, H. R. Varian, *Le regole dell'economia dell'informazione*, p. 10.

6. *Ibi*, p. 11.

7. J. Baudrillard, *Il sistema degli oggetti*, cit., p. 7.

8. *Ibidem*.

9. C. Shapiro - H.R. Varian, *Le regole dell'economia dell'informazione*, cit., p. 11.

per cui *il medium svolge una funzione formativa non tanto in virtù dei contenuti che veicola, bensì in virtù della forma e dell'ordine di discorso che impone*. Pertanto, riprendere le questioni di Baudrillard significa spostare la questione dal piano della ricezione psicologica soggettiva, su cui molto spesso oggi si sta fermando l'attenzione degli studiosi e su cui del resto ci si è sempre soffermati (per esempio quando ci si chiede se i contenuti della televisione generino comportamenti violenti nei bambini), al piano socio-relazionale, cioè alle modificazioni strutturali che i media introducono nel mondo della vita.

Questo significa che i media (e ovviamente oggi i nuovi media) modificano la nozione stessa di cultura, che da processo di formazione individuale e collettiva diviene un insieme di occasioni da *consumare*, sicché genera nuovi modi di raccontarsi, di costruire socialità, di incontrare gli altri, di rapportarsi alla tradizione, modificando dunque la struttura stessa della trasmissione del sapere. Infatti, dobbiamo notare che un "certo tipo" di socialità è alla base della struttura stessa dei media elettronici. Seguendo Shapiro e Varian possiamo dire che «per molte tecnologie dell'informazione, i consumatori traggono tanto maggiori benefici quanto più sono diffusi il formato o il sistema di cui fanno uso. Gli economisti parlano di prodotto che esibisce *esternalità di rete, o effetti di rete*», intendendo dire che «il valore del prodotto dipende dal numero di persone che fa uso dello stesso prodotto»¹⁰.

Pertanto, per comprendere meglio qual è il linguaggio parlato dagli oggetti diventa necessario chiarire il nesso che si è venuto a creare tra la nozione di cultura e quella di consumo. E infatti, il punto di partenza di Baudrillard consiste nel considerare gli oggetti medialità innanzitutto come oggetti di consumo: essi *vengono consumati in quanto segni*, oggetti di distinzione che segnalano il rango, sicché il loro consumo va inteso a partire da un codice: «Il televisore – scriveva alla fine degli anni Sessanta – è un *pezzo* di riconoscimento, di integrazione, di legittimità sociale»¹¹. Oggi potremmo dire: non avere il tablet, non essere dotati di oggetti tecnologicamente al passo diventa segno di geniale rifiuto, e quindi ancora una volta di distinzione sociale, oppure di arretratezza culturale, di marginalità rispetto alla gerarchia sociale e al processo di sviluppo. Il codice è sempre all'opera, ma non si struttura più, oggi, come ascesa nella scala sociale, bensì soprattutto attraverso un sistema di distinzioni relative "all'essere al passo coi tempi". Non esserlo produce un senso di inadeguatezza, di marginalità, di minorità.

Del resto, su questo fa leva la pubblicità, e non è raro trovare spot nei quali proprio l'"essere al passo coi tempi" è il centro del messaggio, e un'analisi precisa e puntuale della struttura dei messaggi pubblicitari mostrerebbe che

il modello narrativo proposto ai giovani è oggi proprio quello dell'essere al passo coi tempi, mentre il rapporto con la memoria culturale, con l'identità collettiva, con le generazioni precedenti viene marginalizzata o ridotta a un mero momento sentimentale, privo di consistenza in quanto non implica che il giovane costituisca la propria identità personale inserendosi in una tradizione. Di fatto, i grandi guru della rivoluzione elettronica organizzano convegni e si incontrano per discutere «sull'eventualità che le comunità dei social media possano sostituire gli stati-nazione come soggetti di identità personale nel XXI secolo»¹².

E se Bruner aveva attirato l'attenzione sull'importanza della narrazione nella costruzione dell'identità personale¹³, oggi all'interno del dibattito pedagogico, assistiamo all'emergere di posizioni che pensano sia possibile permettere la costruzione di un'identità personale attraverso una narrazione di sé tramite i blog o attraverso facebook¹⁴. Il punto è che, come giustamente notava Bruner, «tutte le narrazioni, anche le più semplici, sono costruite intorno ad un soggetto agente»¹⁵, mentre le narrazioni sui social media non richiedono un soggetto agente e forse si costruiscono attorno ad una sopraesposizione esibizionistica di sé, dato che chi si racconta si racconta per altri, per apparire in un certo modo agli altri, ed in questo senso l'architettura digitale «è stata progettata per trasformarci in tanti esibizionisti, inchiodati per sempre sul palcoscenico dei nostri palazzi di cristallo in rete»¹⁶. In questo senso, per dirla con Baudrillard, non vi sviluppa una narrazione, ma la si simula, e si costituisce una simulazione di identità personale, che non è semplicemente una contraffazione dietro la quale vi sarebbe poi una interiorità o la vera identità: *la simulazione di sé diviene il reale, l'unico reale*, oltre il quale non vi è proprio nulla. Questo processo viene innescato appunto dal fatto che possedere l'oggetto mediale è già il primo passo entro un universo di puri segni che non rimandano ad alcuna realtà, ma solo ad altri segni, e dunque non rimandano a possi-

10. *Ibi*, p. 112.

11. J. Baudrillard, *Pour une critique de l'économie politique du signe*, Gallimard, Paris 1972 [tr. it. a cura di P. Dalla Vigna, *Per una critica dell'economia politica del segno*, Mimesis, Milano 2010, p. 42].

12. A. Keen, *Digital Vertigo: How Today's online Social Revolution is Dividing, Diminishing, and Disorienting Us*, St. Martin's Press, 2012 [tr. it. di B. Parrella, *Vertigine digitale. Fragilità e disorientamento da social media*, Egea, Milano 2013, p. 5].

13. J. Bruner, *The Culture of Education*, Harvard University Press, 1996 [tr. it. di L. Cornalba, *La cultura dell'educazione. Nuovi orizzonti per la scuola*, Feltrinelli, Milano 2011].

14. Per questo dibattito si veda F. Bruni, *Blog e didattica. Una risorsa del web 2.0 per i processi di insegnamento*, EUM, Macerata 2009.

15. J. Bruner, *La cultura dell'educazione*, cit., p. 49.

16. A. Keen, *Vertigine digitale*, cit., p. 24.

bilità di azione (attraverso cui ci si costituisce come essere personale) ma a *possibilità di esibizione di sé* all'interno di un flusso di messaggi. Per esempio, vi è un vecchio spot in cui Claudia Schiffer pubblicizza uno shampoo de *L'Oreal* dicendo appunto "Vivo il mio tempo, vivo la performance". Lo spot puntava sull'immagine di una donna in carriera, al passo coi tempi, dentro il movimento della società, *non ai suoi margini*. E questo riguarda appunto anche gli oggetti attraverso cui il flusso dei messaggi ci attraversa. Gli oggetti mediali sono, prima di tutto, oggetti di consumo, cioè segni all'interno di un codice che struttura il rango e dunque conferisce una identità e permette una determinata narrazione di sé.

E tuttavia, secondo Baudrillard, negli anni Sessanta l'acquisto di un oggetto come il televisore, di cui prima nessuno aveva sentito la necessità, doveva essere giustificato all'interno di un'etica puritana, che da un certo punto di vista rappresentava un residuo e un nucleo di resistenza dell'etica tradizionale soprattutto nei ceti popolari. Non poteva essere acquistato senza essere usato. Sarebbe stato come comprare delle bistecche per poi lasciarle andare a male. Bisogna mangiarle anche se non se ne ha più voglia. E questo costringeva la persona a passare un certo numero di ore davanti ad esso: «Bisogna che questa cosa serva»¹⁷. Questa argomentazione non è forse del tutto convincente, soprattutto non lo è oggi e potrebbe indurci a fraintendere il senso in cui le persone, e soprattutto i giovani, esperiscono gli oggetti di comunicazione elettronica e in cui si rapportano ad essi, e soprattutto quella dipendenza, oramai da molti considerata tale da dovere essere classificata come una vera e propria dipendenza patologica, che caratterizza i giovani. L'acquisto dell'oggetto mediale, oggi, non è soltanto un segno di distinzione e un modo per inserirsi in un codice e in una gerarchia o almeno per apparire come appartenente ad essa. Il punto decisivo è infatti che, ieri come oggi, possedere l'oggetto televisore significa inserirsi dentro un meccanismo: significa *diventare consumatore di ciò che il televisore o gli altri oggetti mediali veicolano*.

Consumare l'oggetto televisore significa inserirsi dentro un flusso di messaggi. Il televisore, il tablet, il PC sono dunque oggetti di consumo, segni di distinzione, questo è certo, ma *consumarli significa essere trasposti dentro la rete comunicativa globale*. Pertanto, se gli oggetti che permettono la comunicazione elettronica assumono una funzione che sta facendo parlare di internet-patia¹⁸, è perché l'apertura di senso in cui viviamo (il nostro mondo) si caratterizza – e questa è la tesi che Baudrillard ci lascia da pensare – come *flusso di messaggi* anziché come comunicazione di significati e come interazione tra persone. Una volta che questa apertura di senso si è imposta ed è

divenuta dominante l'esistenza si articola conformemente ad essa: il tempo, lo spazio, la vicinanza, la comunicazione, la relazione. Tutto si struttura a partire da questa determinazione fondamentale. E l'oggetto elettronico è *il modo in cui possiamo abitare questo tipo di mondo*. Possiamo abitare un mondo come flusso di messaggi solo attraverso uno strumento che ci inserisca in esso: questo strumento è il modo in cui quel mondo diventa abitabile. Se Heidegger aveva notato che poeticamente abita l'uomo, cioè sentendosi all'interno di un orizzonte di senso, e se Merleau-Ponty aveva accentuato il fatto che il corpo abita il mondo, queste due determinazioni dell'essere nel mondo o di stare al mondo vengono meno nell'epoca dei media elettronici. In primo luogo perché non ci si esperisce più in un universo simbolico e all'interno di un orizzonte di senso, bensì in *un flusso incessante di messaggi*, e in secondo luogo proprio il rapporto che la persona intrattiene col proprio corpo viene a modificarsi, per esempio nei "post" sui social media, in cui il corpo non è più corpo proprio e dunque corpo personale bensì *corpo per altri*, oggetto di esposizione, e in secondo luogo perché spesso i nuovi media rendono possibile – come accade su "second life" – un corpo virtuale, che il soggetto può sentire più reale del proprio corpo vivo.

Nell'oggetto elettronico si viene, dunque, a dispiegare un orizzonte di senso determinato come flusso di messaggi invece che come possibilità d'azione, o potremmo anche dire che, in questo mondo divenuto un flusso di messaggi, le possibilità d'azione sono esse stesse azioni virtuali. In questo senso, l'oggetto elettronico ha una doppia intenzionalità, come ogni oggetto che, oltre a un valore pratico che lo collega con una totalità di altri strumenti, ha anche un valore che lo collega al senso della totalità in quanto tale.

In questo mondo nuovo forse *il possibile è sostituito dal necessario*: è differente il sistema di rimando orizzontale attraverso cui ogni oggetto rimanda a tutti gli altri all'interno di questa catena di rimandi. Il mondo tecnico è caratterizzato da un insieme di richieste a cui bisogna sottomettersi perché necessarie¹⁹. Acquistare un PC o il

17. J. Baudrillard, *Per una critica dell'economia politica del segno*, cit., p. 44.

18. Su questi temi si veda M. Spitzer, *Digitale Demenz. Wie wir und unsere Kinder um den Verstand bringen*, Droemer, München 2012 [tr. it. di A. Petrelli, *Demenza digitale. Come la nuova tecnologia ci rende stupidi*, Corbaccio 2013]. Una ricerca a cura dell'Aiart (Associazione Spettatori Onlus), *Internet-patia. Un rapporto sulla dipendenza dal web* e S. Turkle, *Alone together. Why we Expect more from Technology and Less from Each Other*, 2011 [tr. it. di S. Bourlot e L. Lilli, *Insieme ma soli. Perché ci aspettiamo sempre più dalla tecnologia e sempre meno dagli altri*, Codice edizione, Torino 2012].

19. M. Heidegger, *Vorträge und Aufsätze*, in *Gesamtausgabe*, Bd. 7, hrsg. v. F.-W. von Herrmann, Klostermann, Frankfurt a. M. 2000 [tr. it. di G. Vattimo, *Saggi e discorsi*, Mursia, Milano 1985, p. 15].

tablet non è solo un fatto semiotico attraverso cui ci inquadrano all'interno di una gerarchia sociale. Il PC *ha la funzione di farci accedere al senso della totalità, di farci abitare il mondo in quanto flusso di messaggi.*

Qui *la rottura rispetto ai mondi precedenti è assoluta.* Posso vivere senza auto, e questo mi esclude da un certo ordine gerarchico, mi contrassegna da un punto di vista semiotico, ma non mi impedisce di vivere dentro quell'orizzonte di senso, di *essere nel mondo*, di essere *in* quel mondo e di abitarlo. Al contrario, non posso essere *in* un mondo costituito da un flusso di informazioni senza una protesi tecnica attraverso cui il flusso dei messaggi può essere esperito. Per un ragazzo, non avere uno smartphone significa essere tagliati fuori da ciò che avviene, poiché ciò che avviene accade nel flusso dei messaggi, e la socialità si costituisce attraverso questo flusso di messaggi. Il mondo tecnico non è, infatti, un insieme di oggetti, ma *il sistema di richieste che li collega*, poiché l'oggetto si inserisce in una catena di rimandi: un mezzo tecnico richiede l'altro, come il PC la stampante, e un nuovo programma esige un nuovo processore, l'attività lavorativa richiede l'essere "aggiornato", "connesso" etc. Mentre nei mondi non dominati dalla tecnica (o meglio, come sarebbe più giusto dire, da *questa* tecnica) ogni oggetto *rimanda* ad altri oggetti, nel mondo della tecnica attuale ogni oggetto *richiede ed esige* gli altri oggetti, sicché a *imporsi* è questo sistema unitario, cioè non gli oggetti tecnici, ma la tecnica in quanto tale. Con l'oggetto elettronico si passa dall'apparire delle possibilità di azione allo *strutturarsi di necessità*. Nella misura in cui l'essenza dei media elettronici non è soltanto di considerare la terra un fondo inerte da sfruttare, come ancora pensava Heidegger, ma un flusso di messaggi, senza l'oggetto tecnico non si può *prendere posto* nel mondo in quanto flusso di messaggi, sicché l'oggetto elettronico diviene il modo di abitare quel mondo, di accedere al suo senso fondamentale. Ma una rottura altrettanto drastica emerge nel rimando verticale che collega immaginativamente l'oggetto al senso fondamentale di quel mondo. Infatti, l'essenza del mondo tecnico è il tentativo «di vincere il tempo e lo spazio»²⁰, di cui si sogna la soppressione, e *l'oggetto elettronico è il simbolo di questo sogno*. Possederlo significa sentirsi in contatto con tutti, sempre e ovunque. Grazie ad esso si ha l'impressione di essere *connessi*, collegati, di non essere mai soli.

E non è certo un caso che proprio su questo facciano leva le pubblicità degli oggetti elettronici: sei su una montagna ma sei connesso, sei in giro per il mondo e in ogni momento mandi la foto di ciò che stai facendo. Sei sempre trasparente, esisti perché sei visibile, per cui «il segreto è sempre più braccato dalla trasparenza»²¹. In questo senso,

lo storico di facebook David Kirkpatrick nota che «facebook si fonda su una premessa sociale fondamentale: la vita moderna sarà conquistata da una trasparenza inevitabile e avviluppante»²².

In questo flusso di messaggi l'identità non può più costituirsi attraverso e nel segreto, attraverso un'interiorità inaccessibile agli altri, ma solo nell'*assoluta esibizione di sé*, in cui *il soggetto stesso diventa un flusso di messaggi*, sicché non ha più segreto, e questo modifica la struttura stessa della comunicazione e della relazione, perché nell'oscenità della comunicazione l'altro non è un segreto, non mi rapporto a lui in una «complicità» in cui niente può essere detto ed entrambi i poli della relazione non sollevano il velo e «l'intensità tra noi non è altro che questo segreto del segreto»²³.

Il sogno della trasparenza e della connessione totale, della vicinanza estrema, dell'annullamento della distanza con l'altro, questa imposizione che si appropria delle nostre vite, è un *destino*. Questo mutamento del rapporto che l'uomo intrattiene col tempo è la storia a cui siamo consegnati. Certo, si può scegliere di andare in Tibet o in convento, di vivere senza cellulare, di sottrarsi al mondo come flusso di messaggi. In fondo Baudrillard scriveva a macchina e McLuhan non aveva il televisore. Qualcuno può allontanarsi da questo mondo, cioè non abitarlo, ma l'apertura di senso caratteristica della nostra epoca, quella a cui siamo consegnati e a cui sono consegnati le nuove generazioni, è la tecnica in quanto flusso di messaggi. Essa ci sfida ed è questa la nostra sfida, poiché *il mondo come insieme di possibilità d'azione è stato sostituito dal mondo come flusso di messaggi.*

Il medium è il messaggio: antropologia e tecnica

Sulle prime, tuttavia, potremmo pensare che la comunicazione si sviluppi indipendentemente dal medium attraverso cui avviene, e che le caratteristiche tecniche di questo medium siano indifferenti. Così, appunto, potremmo pensare che i media elettronici si limitino a estendere la nostra capacità di comunicare o che allarghino la nostra esperienza del mondo, *senza alterarla*. Potremmo pensare che vi siano dei media (il linguaggio, la scrittura, i mezzi di comunicazione di massa, la televisione, il web 2.0), e

20. E. Minkowski, *Le temps vécu. Études phénoménologiques et psychopathologiques*, tr. it. di G. Terzan, *Il tempo vissuto. Fenomenologia e psicopatologia*, Einaudi, Torino 2004, p. 3.

21. J. Baudrillard, *Les stratégies fatales*, Éditions Grasset & Fasquelle, Paris 1983 [tr. it. di S. D'Alessandro, *Le strategie fatali*, SE, Milano 2007, p. 27].

22. D. Kirkpatrick, *The Facebook Effect*, Simon & Schuster, 2010.

23. J. Baudrillard, *De la séduction*, Galilée, Paris 1979 [tr. it. di P. Lalli, *Della seduzione*, SE, Milano 1997, pp. 84 e ss.].

che questi, pur essendo importanti e capaci di determinare o influenzare la nostra vita e i nostri comportamenti *in virtù dei contenuti* che essi veicolano, imponendo certe questioni, certi modi di vivere e di interpretare la vita, una agenda-setting, *tuttavia non giungano ad alterare la nostra esperienza fondamentale del mondo*. Se seguiamo questa impostazione, allora penseremo che i media siano neutri, che essi possono veicolare sia contenuti buoni sia contenuti cattivi, per cui *è il modo in cui usiamo i media che deve essere buono*: il medium è, infatti, improduttivo e neutro. Questo assunto è proprio ciò che Baudrillard non ha cessato di denunciare, inserendosi così in una tradizione e in una catena di argomentazione che vale la pena rammentare in breve. Per Baudrillard i media possono alterare radicalmente la nostra esperienza del mondo, la struttura delle relazioni personali e il nostro essere persone.

Già Marshall McLuhan aveva messo in discussione l'idea che i media si limitano a estendere la comunicazione, senza determinare il nostro essere al mondo, la nostra esperienza e *ciò che comunichiamo*. Al contrario, i media non si limitano a permettere la comunicazione di contenuti che esisterebbero prima del medium e che non ne dipenderebbero: ogni nuovo medium produce invece una nuova forma di esperienza e dunque nuovi contenuti. Per questo McLuhan nota che «il medium è il messaggio»²⁴. Secondo McLuhan, infatti, i media modificano la nostra vita e la nostra stessa esperienza in quanto alterano la nostra esperienza e ci fanno entrare in un nuovo modo di essere nel mondo. Infatti, «il “messaggio” di un medium o di una tecnologia è nel mutamento di proporzioni, di ritmo o di schemi che introduce nei rapporti umani»²⁵. La luce elettrica ha cambiato il nostro rapporto con la notte e il giorno, dunque i ritmi della nostra vita. Non ci sarebbero discoteche, vita notturna e notti bianche senza elettricità. Il medium ha effetti psichici e sociali: modifica la nostra mente.

Si tratta di un punto su cui aveva già attirato l'attenzione Lewis Mumford in *Tecnica e cultura*, mostrando come l'apparire di trasformazioni tecniche apparentemente innocenti modifichi la natura stessa dell'uomo e stia alla base di nuove forme di cultura. Così, solo per fare un esempio, l'uso del vetro nella costruzione degli specchi modifica il rapporto che il soggetto intrattiene con se stesso, poiché rende possibile vedere nitidamente se stessi, sicché – secondo Mumford – «la continua presenza di questo nuovo oggetto sviluppò l'autocoscienza, l'introspezione, il colloquio con se stesso»²⁶.

Già presente in epoca romana, ma con una capacità di rispecchiamento assai grossolana e non superiore ad un metallo lucido, lo specchio si afferma a partire dal Cinque-

cento, e rappresenta – secondo Mumford – la base di una cultura che ha nell'esplorazione dell'anima il suo centro, sicché sia la pittura di Rembrandt sia il romanticismo troverebbero in questo semplice oggetto la loro condizione di possibilità. Oppure, secondo McLuhan, la parola stampata ha reso possibile lo sviluppo degli stati nazionali, omogeneizzando le differenze regionali e permettendo il sorgere di uno spirito nazionale, dunque favorendo un processo di centralizzazione. Lo spirito di un popolo, su cui si è articolata tutta la storia e la letteratura dell'Ottocento, sarebbe stato prodotto da un medium: la tipografia. Inoltre, ogni nuovo medium incorpora i vecchi media, giacché «il “contenuto” di un medium è sempre un altro medium. Il contenuto della scrittura è il discorso etc.»²⁷, ma inscrivendoli e incorporandoli li altera. Dopo la scrittura il discorso orale diventa qualcosa di diverso da ciò che era prima. Non vi è semplice sovrapposizione, ma *retroazione del nuovo medium sul precedente*. Per esempio, dopo l'introduzione della scrittura alfabetica il discorso orale perde le sue caratteristiche comunitarie, e cioè il fatto che i significati vengono esperiti come qualcosa che ci avvolge: *la scrittura rende capaci di sezionare il discorso orale*. Continuiamo a parlare oralmente, ma l'oralità è, adesso, alterata dalla scrittura, e la nostra stessa percezione è alterata, perché diveniamo sensibili e ricettivi verso nuovi modi di collegare le cose. Per esempio, le ricerche di Luria hanno mostrato che analfabeti totali non mostravano di essere ricettivi verso le somiglianze percettive o verso una organizzazione categoriale che andasse al di là dei rimandi d'uso, mentre la capacità di cogliere somiglianze percettive e di categorizzare in maniera astratta emergevano dopo qualche mese di alfabetizzazione²⁸.

In questo senso, ma anche solo in questo senso, *noi siamo tecnica*, abbiamo sempre delle protesi. Non possiamo liberarcene senza liberarci di noi. Come notava già nel 1958 Simondon, «l'uomo ha come funzione di essere il coordinatore e l'inventore permanente delle macchine che sono attorno a lui. Egli è *tra* le macchine che operano con lui»²⁹. Questo ci deve permettere di comprendere in

24. M. McLuhan, *Understanding Media. The Extensions of Man* (1964), tr. it. di E. Capriolo, *Capire i media. Gli strumenti del comunicare*, Il Saggiatore, Milano 2011, p. 29.

25. *Ibi*, p. 30.

26. L. Mumford, *Technics and Civilization*, Harcourt Brace & Company, 1934 [tr. it. di E. Gentili, *Tecnica e cultura. Storia della macchina e dei suoi effetti sull'uomo*, NET, Milano 2005, p. 148].

27. M. McLuhan, *Capire i media*, cit., p. 29.

28. A.R. Luria, *Ob istoričeskom razvitií poznavatel'nyh processov*, Izdatel'stvo "Nauka", Mosca 1974 [tr. it. di R. Platone, *La storia sociale dei processi cognitivi*, Giunti Barbera, Firenze 1976].

29. G. Simondon, *Du mode d'existence des objets techniques* (1958), Aubier, Paris 1989, p. 12.

modo diverso i cambiamenti tecnologici. Per esempio, potrebbe essere un effetto di strabismo pensare che siamo nel post-umano o che non siamo più umani a causa della tecnica, per esempio a causa dei media elettronici e del web 2.0. Per McLuhan, al contrario, «qualunque apporto tecnologico non può far altro che *aggiungersi* a ciò che già siamo»³⁰.

Questo aspetto può essere ed è stato radicalizzato appunto nel senso che non c'è l'uomo e poi la tecnica, cioè i media, perché *l'uomo è, all'origine, stato prodotto dalla tecnica*. La stessa posizione eretta e l'uso delle mani sarebbero nati, secondo alcuni paleoantropologi, in quanto l'ominide aveva la necessità di usare gli arti anteriori per costruire e manipolare strumenti, sicché avrebbe imparato a mantenere la posizione eretta come le ballerine imparano a stare sulle punte³¹. Lo strumento produce, in altri termini, quella trasformazione biologica attraverso cui nasce l'uomo. Non dobbiamo dunque pensare la tecnica come qualcosa che si aggiunge all'uomo, perché *la tecnica ha prodotto l'uomo*. E questo avviene sempre di nuovo.

Del resto, la coscienza stessa sarebbe, secondo alcuni autori, il risultato della tecnica. Se la coscienza o l'esistenza è una struttura temporale, e non esisterebbe senza ricordo e capacità di attendersi qualcosa del futuro, questa capacità di trattenere il passato e questa apertura al tempo sarebbero già il prodotto di una protesi e non sarebbero possibili senza questa protesi tecnica. Vi è, infatti, coscienza perché ciò che viviamo non svanisce dopo essere passato. Prima lo tratteniamo come ritenzione primaria, per esempio come accade nel caso delle note appena decorse di una melodia, poi come ricordo o rimemorazione, per esempio quando rendiamo oggettuale un ricordo.

Ora, queste funzioni sono rese possibili da una protesi tecnica: dalla *stabilità* di un mondo di oggetti che sono artefatti, poiché in essi vi è una *esteriorizzazione della memoria*³², senza la quale nessuna vita psichica potrebbe costituirsi. Bernard Stiegler nota, da questo punto di vista, che «la coscienza non può diventare coscienza di sé se non nella misura in cui può esteriorizzare se stessa, oggettivarsi sotto forma di tracce mediante le quali diventa a sua volta accessibile ad altre coscienze»³³. Se la coscienza è temporalizzazione (cioè memoria e progetto), questa temporalizzazione esige una spazializzazione originaria, una spaziatrice³⁴, il ritorno spaziale dell'immagine. Sono il ritorno dell'immagine, l'associazione di somiglianza e il riconoscimento a permettere il costituirsi della ritenzione primaria e del ricordo vero e proprio.

In questo senso, non c'è durata (coscienza del tempo e di sé) senza spazializzazione, senza calendario, documenti,

tracce, e non vi sono tracce sin quando il riconoscimento non avviene tra gesti: esteriorizzazioni. Così, il rito, centrale per ogni umanità degli albori e costitutivo dell'umano, grazie alla sua periodicità esprime un tempo i cui ritmi sono più vasti di quelli dell'azione ordinaria. Ma perché vi sia calendario, tempo, passato e avvenire bisogna che vi sia memoria, e questa è resa possibile da tracce: «Lo strumento ereditato è anche l'eredità collettiva dell'esperienza individuale di colui che l'ha lasciato in eredità»³⁵. Questo vuol dire che la biologia è stata trasformata, sin dal neolitico, dalla tecnica.

La memoria si conserva al di là dei corpi grazie all'*organizzazione dell'inorganico*, perché uno strumento, un sentiero, i confini di un campo, una scrittura e ogni altra forma di traccia tecnica non sono nient'altro che degli enti inorganici e tuttavia organizzati³⁶.

Ciò che accade oggi non è, dunque, l'irrompere della tecnica, ma una trasformazione all'interno della tecnica. Una cosa è la tecnica come strumento, un'altra è la tecnica come fondamento del reale. Nel primo caso l'uomo domina la tecnica, nel secondo è dominato dalla tecnica. Infatti, «la *téchne* è potere solo se "sa", perché nessuno può *far essere*, volendolo e controllandolo secondo i passaggi logici che si sono analiticamente presentati, qualcosa che non conosce, di cui non ha rappresentazione e controllo»³⁷. Ma la tecnica attuale è una tecnica in cui si modifica il rapporto tra uomo e tecnica, poiché ciò che accade oggi è che *la protesi tende a trasformare in protesi ciò di cui è protesi*: questa è la tecnoscienza. In essa è l'uomo a divenire la protesi e lo strumento di un meccanismo.

Così, Baudrillard nota che una cosa è la tecnica che cerca di imitare la natura, un'altra è la tecnica come principio del reale. La questione è che oggi *la tecnica diventa principio di realtà*, perché implica un'ontologia secondo cui *qualcosa è reale solo se può essere costruito tecnica-*

30. M. McLuhan, *Capire i media*, cit., p. 33.

31. E. Anati, *Le radici della cultura*, Jaca Book, Milano 1992, p. 32.

32. A. Leroi-Gourhan, *Le geste et la parole. La mémoire et le rythmes*, Albin, Paris 1965 [tr. it. di F. Zannino, *Il gesto e la parola, Vol. II, La memoria e i ritmi*, Einaudi, Torino 1977, p. 270].

33. B. Stiegler, *La technique et le temps. Tome 3: Le temps du cinéma et la question du mal être*, Galilée, Paris 2001, p. 82.

34. J. Derrida, *De la grammatologie*, Les Éditions de Minuit, Paris 1967 [tr. it. di R. Balzarotti e altri, *Della grammatologia*, Jaca Book, Milano 1989].

35. B. Stiegler, *Tiers temps, tiers étant*, in M. Weyemberg et G. Hottis, *Temps cosmique, histoire humaine*, Vrin, Paris 1996 [tr. it. di M. Feyles, *Terzo tempo, terzo-ente*, in M. Feyles (a cura di), *Memoria, Immaginazione e tecnica*, NEU, Roma 2010, p. 179].

36. *Ibi*, p. 179.

37. G. Bertagna, *Dall'educazione alla pedagogia. Avvio al lessico pedagogico e alla teoria dell'educazione*, La Scuola, Brescia 2010, p. 156.

mente. Di qui le conseguenze antropologiche: una cosa è l'automa, che si cerca di costruire simile all'uomo, un'altra è l'intelligenza artificiale, che diventa *il modello a partire da cui determinare che cosa è l'uomo*. L'uomo viene così determinato nel suo essere a partire da un modello di simulazione, cioè conosciamo chi siamo e come dobbiamo insegnare, formare e trasmettere la cultura a partire da quello che riusciamo a costruire dal punto di vista ingegneristico. Qui la tecnica diventa «medium, forma e principio di tutta una nuova generazione del senso»³⁸.

E questa diventa una chiave di lettura per comprendere quello che sta accadendo oggi: in un mondo che è mero flusso di messaggi la coscienza subisce una *perdita di individuazione*, si modifica il rapporto che può intrattenere con il passato e con il futuro, e in questo modo si trasforma la sua esperienza sociale, cioè il modo di stare con gli altri. La caratteristica del mondo tecnico, in quanto flusso di messaggi, è, infatti, di non permettere l'esteriorizzazione della memoria. Pertanto, si inibisce la formazione e il processo di costituzione della psiche. La tecnica diventa un «delirio di immagazzinare tutto e di memorizzare tutto»³⁹. Produce un eccesso di informazione che distrugge il significato, rende inutile l'informazione: «Exxon: il governo americano richiede alla multinazionale un rapporto globale su tutte le sue attività nel mondo. Risultato: dodici volumi di mille pagine, la cui lettura, per non parlare dell'analisi, richiederebbe parecchi anni di lavoro. Dov'è l'informazione?»⁴⁰.

In questo senso, nell'apparente e virtuale connessione di tutto con tutto i media elettronici *da un lato connettono ma dall'altro disconnettono*. I media elettronici, compresi i tablet e i cellulare, ci isolano, modificano la nostra sensibilità, ci portano sempre altrove rispetto a dove siamo, proprio simulando l'esperienza che ognuno può essere ovunque⁴¹, e in questo modo producono una colonizzazione elettronica dei sensi.

E tuttavia, questo non deve necessariamente implicare un determinismo tecnologico. Le prospettive prima menzionate, in effetti, ponevano un problema e aprivano una discussione rispetto al rapporto tra tecnologia e società, dato che, da un certo punto di vista, sembrano spingere verso una sorta di determinismo tecnologico: ciò che abbiamo chiamato apertura di senso (una cultura) è essa stessa prodotta dal medium tecnico? Ogni medium tecnico, modificando le nostre reazioni sensoriali e le forme della percezione⁴², modifica anche la nostra apertura di senso?

McLuhan, in effetti, sembra proporre un ribaltamento: nella misura in cui i media modificano la nostra struttura sensoriale si aprono le condizioni esistenziali per lo sviluppo di una diversa esperienza effettiva della vita, di nuove forme di esistenza e di una diversa apertura di

senso. E tuttavia, questo determinismo tecnologico era stato messo in discussione, soprattutto in Inghilterra, da Raymond Williams che, contro di esso, aveva attirato l'attenzione sul fatto che oltre ad una storia della televisione vi è un *uso* di essa, una storia sociale della televisione e dei media in generale, per cui i media non creano una nuova società, ma *nascono e si sviluppano all'interno di una società e a partire dall'uso* che di essi viene fatto⁴³. In effetti, la tecnica può essere dono (*doron*) e inganno (*dolon*), e la questione non è la tecnica, ma il rapporto che si instaura tra essa ed altre forme di razionalità, poiché la razionalità tecnica, «se non composta con le altre forme di razionalità, diventa pericolosa, e provoca danni spesso irreparabili al discorso pubblico della ragione»⁴⁴. Bisogna dunque pensare i media elettronici come tecnologie dello spirito, le quali, «*come veleno e come rimedio* derivano dal processo di drammatizzazione che accompagna e sovradetermina sempre il processo di individuazione in quanto processo d'adozione (di modi di vita, di tecniche, di migranti etc.)»⁴⁵.

Mass media, cultura di massa e cultura popolare

Sulla base di questa discussione possiamo tornare a Baudrillard, che da essi trae la convinzione che i media elettronici alterano la nostra esperienza, la nostra vita quotidiana e il nostro modo di stare insieme: di comunicare e di trasmettere il sapere e la cultura. In particolare, Baudrillard attira l'attenzione sul fatto che l'insegnamento è forse la comunione simbolica per eccellenza e implica una comunione, *un essere insieme* che, nei mass media, viene meno. La comunicazione mediatica non risponde alle nostre domande e non ci pone domande, non prende tempo, non permette e non dà il tempo per maturare, dunque per formarsi, trasformarsi, individuarsi, poiché la cultura dei mass media ha un termine, come accade nei quiz televisivi: «Lascia o raddoppia?».

Qui non occorre un tempo di riflessione, ma di reazione.

38. J. Baudrillard, *L'Échange symbolique et la mort*, Gallimard, Paris 1976 [tr. it. di G. Mancuso, *Lo scambio simbolico e la morte*, Feltrinelli, Milano 2009, p. 67].

39. Id., *Le strategie fatali*, cit., p. 29.

40. *Ibi*, p. 16.

41. Id., *Cool Memories 4. 1995-2000*, tr. inglese di Ch. Turner, Verso 2003, p. 24.

42. M. McLuhan, *Capire i media*, cit., p. 39.

43. R. Williams, *Television. Technology and cultural Form*, ed. By E. Williams, Routledge, London, 1990, p. 11.

44. G. Bertagna, *Dall'educazione alla pedagogia*, cit., p. 159.

45. B. Stiegler, *Réenchanter le monde. Le valeur esprit contre le populisme industriel*, Flammarion, Paris 2006 [tr. it. di P. Vignola, *Reincantare il mondo. Il valore spirito contro il populismo industriale*, Orthotes, Napoli 2012, p. 110].

Un punto che non dobbiamo lasciarsi sfuggire, perché questo modello si è esteso all'intera società, persino ai test universitari, ai test per l'ammissione al TFA, è diventato il modo classico attraverso cui "misuriamo" la formazione degli studenti: è diventato un modello di selezione che – secondo Baudrillard – simula l'esistenza di una comunicazione e di un'interazione educativa, simula una formazione della persona, e nasconde che niente di tutto questo vi è più: «Tutto il sistema di comunicazione è passato da una struttura sintattica complessa di linguaggio ad un sistema binario e segnaletico di domanda/risposta – di *test perpetuo*»⁴⁶.

Il senso di queste trasmissioni, il piacere che si trae da esse, da parte di chi vi partecipa e da parte del pubblico, è una sorta di comunione e di "contatto" simulato. E lo stesso accade nella sua trasposizione didattica, in cui si simula una relazione educativa. I quiz sono dei riti cerimoniali, la forma che questi assumono nell'epoca della comunicazione di massa, ma con una differenza: che adesso la comunione non passa attraverso un oggetto simbolico (il pane e il vino, per esempio, nelle cerimonie cristiane) ma attraverso il supporto tecnico.

La comunione *non passa più attraverso un supporto simbolico, bensì attraverso un supporto tecnico*: è là che diventa comunicazione. Quel che viene condiviso allora non è più una "cultura": il corpo vivente, la presenza attuale del gruppo [...] – non è neppure un sapere nel senso proprio del termine, è uno strano *corpus* di segni e di riferimenti, di reminiscenze scolastiche e di segni intellettuali di moda, è tutto ciò che si chiama "cultura di massa" e che si potrebbe chiamare MCC (Minor comune cultura)»⁴⁷.

Per Baudrillard, infatti, la cultura è un «patrimonio ereditario di opere, di pensieri, di tradizioni; 2. dimensione continua di una riflessione teorica e critica – trascendenza critica e funzione simbolica»⁴⁸. Essa è qualcosa a cui si deve essere iniziati, e questa iniziazione, che sarebbe lo scopo della trasmissione del sapere e dell'educazione, è uno scambio simbolico attraverso il quale qualcosa viene donato, trasmesso per essere poi passato ad altri. La cultura è formazione, *Bildung*, che nell'epoca dei mass media viene sostituita dalla cultura come flusso di messaggi, come insieme di nozioni. In essa non ci si comunica più la vita, l'esperienza, non accade alcuna relazione, poiché *si comunica solo attraverso il codice*. Non vi è un individuo (il maestro) che dona qualcosa a un altro, ma un flusso di messaggi e di informazioni in cui il significato implode.

Proprio come accade nei libri e nelle relazioni presentati dalla Exxon al governo americano, in cui vennero presentati 12 volumi da mille pagine di documentazione. La volontà di trasmettere *tutta* l'informazione distrugge la

cultura e la formazione, la quale viene sostituita da una simulazione di formazione, dapprima nei quiz televisivi, poi nelle risposte a quiz e infine negli stessi esami di ammissione alle università e nelle scuole. O come accade nella televisione, che annulla l'immaginazione, poiché qui l'immagine non sviluppa più alcun immaginario, ma si limita a rimandare ad altre immagini o addirittura cessa di essere immagine e diviene segno:

Bisognerebbe parlare della luce fredda della televisione, del motivo per cui è inoffensiva per l'immaginazione (compresa quella dei bambini), perché non veicola più alcun immaginario, e questo per il semplice motivo che *non è più un'immagine*⁴⁹.

Dopo una scena commovente viene la pubblicità e poi un'altra scena, e tutto rimanda ad altri segni, a un flusso di segni che non interpella e non trasforma (e dunque non forma) il soggetto, ma lo rende un puro schermo, poiché *il flusso dei messaggi non manifesta possibilità che possono essere agite, ma solo segni che possono essere consumati*. Le immagini rimandavano a significati, a possibilità, agli eroi tra cui dovevamo sceglierci, scegliendo i nostri eroi. Invece, qui non c'è doppio, poiché non vi è nulla di tutto questo «nell'immagine "televisiva, che non suggerisce niente, che magnetizza»⁵⁰. Il pericolo della televisione per i bambini non è che produce imitazione della violenza, come pensa una pedagogia e una psicologia che si attarda su un comportamentismo troppo semplice e banale e proprio per questo duro a morire. La violenza non produce sempre violenza per imitazione, e un semplice raffronto con la tragedia greca eliminerebbe questo equivoco così tipicamente moderno: la violenza della tragedia, efferata, esagerata, produceva la catarsi, la liberazione dalle pulsioni distruttive, ed un'intera civiltà l'ha usato e inventata per tenere insieme il legame sociale e l'unità dell'anima. Il pericolo della televisione sta altrove: *nel distruggere l'immaginazione*. Essa non suggerisce niente, si limita a fornire stimoli, ad intrattenere.

In questo senso, la cultura sta altrove ed è sempre pericolosa. Essa, si tratti di cultura alta o bassa, presuppone un'iniziazione. *Appartenere a una cultura significa farla accadere*, significa che, in essa, ne va di noi. Essa è vita, è il modo in cui la vita si interpreta, si progetta e si apre all'avvenire. Invece, la cultura che emerge dai mass me-

46. J. Baudrillard, *Lo scambio simbolico*, cit., p. 74.

47. Id., *La société de consommation. Ses Mythes ses structures*, Denoël, Paris 1970 [tr. it. di G. Gozzi e P. Stefani, *La società dei consumi*, Il Mulino, Bologna 2010, p. 113].

48. *Ibi*, p. 110.

49. Id., *Della seduzione*, cit., p. 167.

50. *Ibi*, pp. 167-8.

dia e che si è estesa ai santuari ufficiali della cultura (dalle istituzioni scolastiche ai musei) non trasforma la vita: è semplicemente *la simulazione di una cultura*, cioè qualcosa che si basa sulla sollecitazione istantanea. Infatti, nella società dei mass media «la cultura non è più prodotta per durare»⁵¹.

Non essendovi più una cultura che ci tiene insieme si simula che ve ne sia una. Ma si tratta di una cultura asettica, che non impegna, che non orienta, che «è fatta per scongiurare i rischi e, sulla base della negazione di una cultura vivente, esaltare i segni ritualizzati della *culturalizzazione*»⁵². La cultura non appare nei mass media e, ormai, in tutto il tessuto sociale come *vita che si dà forma*, ma come segno, a partire da un codice: rispondere a tante domande è segno di essere colti, è segno di essere un bravo studente, forse un buon contenitore. Ma resta da vedere se la persona è maturata. Ad importare non è la cura di sé, la propria formazione, ma il *segno* dell'essere colti. La cultura diviene, dunque, simulazione, perché la sua riduzione a segno la iscrive in un codice di gerarchie: *la cultura come segno di distinzione* all'interno di un flusso di messaggi senza significato. Infatti,

l'irruzione dello schema binario domanda/risposta ha una portata incalcolabile: essa disarticola ogni discorso, cortocircuita tutto ciò che fu, in un'età dell'oro ormai tramontata, dialettica di un significato e di un significante⁵³.

In questo senso, la cultura di massa non si identifica per la partecipazione di grandi quantità di uomini, ma per la sua struttura, per il fatto di non essere l'apertura di senso al cui interno le persone definiscono e progettano le loro esistenze, ma semplicemente una serie di domande e risposte, senza che né le domande né le risposte interroghino l'esistenza. Infatti, «quel che definisce la comunicazione di *massa* è la combinazione del supporto tecnico e della MCC (e non l'*effettivo della massa partecipante*)»⁵⁴.

Pertanto, non bisogna confondere cultura di massa con cultura popolare, e per esempio con il concetto di nazionale popolare di origine gramsciana. Potremmo dire, con Gramsci, che se non si riesce a elaborare una cultura vivente è perché

gli intellettuali non escono dal popolo, anche se accidentalmente qualcuno di essi è di origine popolana, non si sentono legati ad esso (a parte la retorica), non ne conoscono e non ne sentono i bisogni, le aspirazioni, i sentimenti diffusi; ma, nei confronti del popolo, sono qualcosa di staccato, di campato in aria, una casta, cioè, e non un'articolazione, con funzioni organiche, del popolo stesso⁵⁵.

Un tema che starà al centro dell'impostazione di Pasolini e poi di Stuart Hall e di un gesuita come De Certeau, nei

quali emerge il problema, enorme, di una cultura popolare attraverso cui la vita dà forma a se stessa, e che si contrapporrebbe alla cultura di massa in quanto riduzione della cultura a segni stereotipati, poiché – nota De Certeau – «produttori misconosciuti, poeti della propria sfera particolare, inventori di sentieri nella giungla della razionalità funzionalista, i consumatori producono qualcosa», «insinuano astuzie di interessi e di desideri *differenti*»⁵⁶. Il miracolo sarebbe che, nonostante i mass media, le persone riescono a decodificare in maniera differente, a trasformare meri segni in occasioni di produzione di significato e di cultura, proprio lì dove le elites non arriveranno mai, cioè nell'unico posto dove un uomo vuole arrivare: nella propria vita.

Questa differenza fondamentale tra cultura di massa e cultura popolare sembra tuttavia mancare in Baudrillard, che spesso tende a pensare che la cultura di massa abbia inesorabilmente distrutto sia la cultura alta sia quella popolare, sicché le masse tenderebbero semplicemente a rispondere alla dissuasione con la disaffezione⁵⁷. E tuttavia, nonostante questa inclinazione che avrebbe bisogno di essere forse problematizzata, da Baudrillard potremmo riprendere alcuni suggerimenti, e indicare due caratteristiche della cultura di massa. Essa

- 1) non fa accedere alla cultura alta;
- 2) distrugge la cultura popolare, cioè l'autointerpretazione implicita che il mondo della vita dà di se stesso.

Di questi due aspetti Baudrillard si interessa solo al primo, e la sua critica alla cultura di massa riguarda solo questo aspetto. A questo fine egli prende le mosse da una concezione assai specifica di cultura, che per esempio diventa una *critica radicale del museo* (e, vorremmo aggiungere, delle visite scolastiche ai musei). Il museo sarebbe una sorta di monumento funebre. Come accade con il Beaubourg, che «è un monumento di dissuasione culturale»⁵⁸. In questo senso, Baudrillard sembra, sulle prime, mantenere una nozione elitaria di cultura: «La cultura è un luogo di segreto, seduzione, iniziazione, di uno scambio simbolico ristretto e fortemente ritualistico»⁵⁹.

51. Id., *La società dei consumi*, cit., p. 110.

52. *Ibi*, p. 113.

53. Id., *Lo scambio simbolico*, cit., p. 76.

54. Id., *La società dei consumi*, cit., p. 114.

55. A. Gramsci, *Letteratura popolare*, in *Letteratura e vita nazionale. Quaderni dal carcere*, vol. 3, Editori Riuniti, Roma 2012, p. 135.

56. M. De Certeau, *L'invention du quotidien. I Arts de faire*, Gallimard, Paris 1990 [tr. it. di F. Baccianini, *L'invenzione del quotidiano*, Edizioni Lavoro, Roma 2010, pp. 69-70].

57. J. Baudrillard, *Della seduzione*, cit., p. 169.

58. J. Baudrillard, *L'effet Beaubourg. Implosion et dissuasion*, Galilée, Paris 1977 [tr. it. a cura di M.A. Brega, *L'effetto Beaubourg*, in *Simulacri e impostura*, Pgreco, Milano 2009, p. 35].

59. *Ibi*, p. 33.

Una frase che sembrerebbe alludere ad una nostalgia aristocratica, ma che è possibile intendere in un altro modo: *vi è cultura dove questa crea relazione, comunione, legame tra persone*, e questo può accadere solo dove vi è segreto, cioè dove la cultura non diviene un segno inserito in un codice di segni, dunque vi è cultura dove lo scambio non avviene in vista dell'apparire, e dunque come simulazione. Al museo o in fila per vedere *Il cenacolo*, insieme a una quantità di giapponesi, non si fa un'esperienza, la vita non riprende se stessa dallo stato di dispersione (di non formazione, diceva Platone) in cui da se stessa si è portata. Ci si inserisce in un codice che distingue le persone colte da quelle non colte, quelle che vanno a vedere *Il cenacolo* da quelle che vanno in discoteca. Ma non si entra in uno scambio simbolico con ciò che si riceve né con colui da cui si riceve. Ci si limita a consumare segni, e la cultura viene consumata come segno. Dopo il consumo si può passare ad altro (consumo). Al contrario, la cultura è tale solo se è un momento della vita, attraverso cui la vita è più che vita, attraverso cui la vita si va a riprendere dallo stato di dispersione all'interno di un codice che la rende estranea a se stessa. La cultura di massa è, invece, una cultura senza struttura relazionale e senza atmosfera fondamentale, un codice a partire dal quale «la gente ha voglia di prendere tutto, di azzannare tutto, di abbuffarsi di tutto, di manipolare *tutto*. Vedere, decifrare, imparare non la emoziona. La sola emozione massiccia (di massa) è quella della manipolazione»⁶⁰.

Emergono così *due modi della decodifica*, attraverso cui diventa possibile distinguere la cultura popolare e le sue astuzie dalla cultura di massa, la quale non indica una massa di partecipanti, ma un tipo di decodifica. È necessario mantenere questa distinzione, benché i due modi della decodifica si intersechino, dato che «non esiste una "cultura popolare" integra, autentica e autonoma che si trovi al di fuori del campo di forze costituito dalle relazioni tra potere culturale e dominio»⁶¹. Altrimenti non siamo più in grado di differenziare la cultura popolare, attraverso cui un popolo mantiene la sua identità, inizia e forma i giovani, trasmettendo ciò che si è appreso, e la cultura di massa, in cui non vi sono relazioni personali, ma uno stato anonimo che disintegra il sociale e la trasmissione del significato.

Va invece colto il movimento attraverso cui la cultura popolare muore: la cultura di massa distrugge la cultura popolare mano a mano che le persone avanzano nella mobilità sociale, perché esse assumono *la cultura come sistema di segni di distinzione* e come messaggi da consumare, non come un lascito (o un dono) attraverso cui è possibile una formazione di sé. Per questo, la cultura di massa distrugge la cultura popolare e il senso della tradizione. Per

le classi in ascesa ad essere importante è l'oggetto-segno, non il suo valore simbolico o d'uso, come poteva accadere per il contadino riguardo alla casa degli avi. Qui la casa era importante perché era insostituibile, era la casa in cui era vissuto il nonno, il padre, in cui si era nati. Invece, per le classi in ascesa la casa diviene un segno di distinzione, sicché è sostituibile. Ad essere importante è l'ubicazione, la "zona", la grandezza: *essa diviene il segno del proprio successo*. Così, nella cultura di massa un quadro vale un altro, l'importante è avere un quadro in sala, e in questo modo «sostituisce alla pratica esclusiva della cultura come sistema simbolico di significati una pratica ludica e combinatoria della cultura come sistema di segni»⁶².

La cultura di massa non è un orizzonte di senso al cui interno i singoli vivono, non è l'ambiente che dà il tono e il ritmo a una comunità, costituendola come tale. In essa comunicare non significa prendere posizione, fare apparire possibilità d'azione e inserirsi in esse responsabilmente, cioè rispondendo e così radicandosi in una storia e in una rete di relazioni personali. Cultura significa, adesso, *esibire e consumare informazioni*, essere uno dei terminali di un flusso di informazioni che si è capaci di iterare per ottenere una distinzione mondana ed esibire l'appartenenza a un rango.

Unidirezionalità e rottura dello scambio

Questo discorso trova in Baudrillard uno sviluppo specifico relativo ai media in *Requiem per i media*, contenuto in *Per una critica dell'economia politica del segno*, e qui emerge l'impostazione roussoiana che regge l'intera argomentazione. Se prima abbiamo visto che secondo molti pensatori e antropologi l'uomo è prodotto dalla tecnica, per cui non esiste un uomo naturale, per Baudrillard vi è un modo di essere privilegiato che è "naturale", che si radica in uno specifico modo di comunicare: la comunicazione si può dare all'interno di uno scambio simbolico, in cui ci si rapporta come persone insostituibili e in cui ognuno offre un dono e risponde con un contro-dono, oppure si può comunicare nel medium di un codice astratto, in cui la relazione personale viene meno. In questo caso, si perde di vista la struttura antropologica originaria. Di qui l'interpretazione che Baudrillard offre della comunicazione mass mediatica e in generale, potremmo dire, della comunicazione oggi, compresa la comunicazione educativa, in cui viene meno lo scambio simbolico.

60. *Ibi*, p. 40.

61. S. Hall, *Notes on Deconstructing "the Popular"*, in R. Samuel (ed.), *People's History and Socialist Theory*, Routledge, London 1981 [tr. it. di E. Greblo, *Osservazioni sulla decostruzione del "popolare"*, in *Politiche del quotidiano*, p. 77].

62. J. Baudrillard, *La società dei consumi*, cit., p. 119.

Da questo punto di vista Baudrillard prende le mosse da una critica a Jakobson, che presenta come scientifica una teoria che «si limita a formalizzare un dato empirico», e cioè la struttura e il rapporto sociale in cui «uno parla e l'altro no, in cui uno sceglie il codice e l'altro ha l'unica libertà di sottomettersi o di astenersi»⁶³. E qui sta il radicarsi di Baudrillard nell'impostazione di Rousseau: se si prendono le mosse dall'uomo di oggi e dalle forme odierne della comunicazione si assolutizza un uomo e una forma di comunicazione e di educazione che è già il risultato di una decadenza, si considera come uomo e come comunicazione umana tra persone quella che è solo una forma difettiva, sicché, come già notava Rousseau, «hanno trasferito allo stato di natura delle idee che avevano attinto nella società; essi parlavano dell'uomo selvaggio e descrivevano l'uomo civile»⁶⁴. La struttura originaria dell'uomo e della comunicazione non si trova immediatamente a causa delle «incrostazioni degenerative che la storia e la civiltà spalmano sulle coscienze personali»⁶⁵. Per questo, con Rousseau, il primo passo consiste nel «mettere da parte tutti i fatti, perché non riguardano la questione. Non bisogna considerare le ricerche nelle quali potremo addentrarci a proposito di questo argomento come verità storiche, ma solamente come ragionamenti ipotetici e condizionali, più adatti a chiarire la natura delle cose che a mostrare l'effettiva origine»⁶⁶.

Allo stesso modo, Baudrillard nota che la teoria della comunicazione si fonda dunque su un'assolutizzazione di una situazione storica, per cui essa appartiene alla mitologia, intesa come capacità di occultare il processo di fabbricazione e la genesi storica di ciò che viene descritto e formalizzato. Installandosi in questo mito, la linguistica esclude la relazione reciproca, il parlare come rispondere, il fatto che l'emittente e il ricevente siano due parlanti, in relazione, e che non appena emerge il codice e il segno è solo il passaggio attraverso l'intermediazione del codice a permettere la relazione, sicché solo nel codice si comunica. Pertanto, «questa costruzione "scientifica" istituisce un modello di simulazione della comunicazione, dal quale sono esclusi immediatamente la reciprocità, l'antagonismo di chi vi prende parte, o l'ambivalenza del loro scambio»⁶⁷.

Il modello regge, ma solo a patto che la comunicazione avvenga attraverso l'univocità del segno garantita dal codice, e dunque se si rimuove la relazione personale e il suo carattere di unicità, dunque il fatto che nella comunicazione entrano in relazione due singolarità: «Ma basta sopporre una relazione *ambivalente* per far crollare tutto, giacché non esiste un codice dell'ambivalenza»⁶⁸. Qui, infatti, il rapporto è tra due singolarità, non è mediato dal codice, e ciò che qualcosa significa è stabilito solo nella

relazione e nel suo carattere ambivalente, per cui da un lato io cerco di legare l'altro, dall'altro lato mi lego all'altro, perché qui è in gioco la parola data, obbligo, promessa e sfida.

Di qui bisognerebbe prendere le mosse per analizzare la comunicazione mediatica e quella didattica, l'e-learning e la didattica on-line, etc. Come abbiamo visto, un primo modo di interpretare i media potrebbe essere quello di considerarli come semplici mezzi, appunto neutri, improduttivi, che riflettono e *mediano* un senso già disponibile prima di esso, rendendolo fruibile per altri, diffondendolo: «portando il mondo nelle nostre case». Il problema non sarebbero i mass media, cioè la *forma* della comunicazione, ma i *contenuti*, la mancanza di responsabilità di chi produce i messaggi, per cui bisognerebbe solo appellarsi a una maggiore responsabilità, intimando di non inquinare il nostro ambiente simbolico⁶⁹. Vi sarebbe bisogno di media democratici che ci permettano di comprendere meglio il mondo in cui viviamo e che diano a tutti la possibilità di manifestare la propria opinione⁷⁰, dunque che permettano il costituirsi di una sfera pubblica intesa come «presenza virtuale, mediata dai media, di lettori, ascoltatori o spettatori sparsi»⁷¹, dando così luogo a una sfera pubblica mediatizzata.

Al contrario, per Baudrillard, nella misura in cui entrano nei media, politica ed economia si fondono, assumendo la forma del marketing, di cui divengono due delle sue forme possibili. E tuttavia, non bisogna esasperare il ruolo dei media e della pubblicità, pensando che sia questa a svuotare in un universo indistinto fatto, economia e politica, poiché «la pubblicità non è forse niente da sola, ma il risultato della perdita di terreno di tutte le forme delle altre attività che si fondano sui segni, quelle che, in precedenza, avevano dei registri e delle regole ben distinti»⁷². Poi, una volta risucchiate all'interno dei media

63. Id., *Per una critica dell'economia politica del segno*, p. 174.

64. J.J. Rousseau, *Sull'origine dell'ineguaglianza*, tr. it. di V. Gerratana, Editori Riuniti, Roma 1975, p. 98.

65. G. Bertagna, *Una pedagogia tra metafisica ed etica*, in G. Bertagna (a cura di), *Il pedagogista Rousseau*, La Scuola, Brescia 2014, p. 32.

66. J.J. Rousseau, *Sull'origine dell'ineguaglianza*, cit., pp. 98-9.

67. J. Baudrillard, *Per una critica dell'economia politica del segno*, cit., p. 174.

68. *Ibi*, p. 174.

69. R. Silverstone, *Media and Morality. On the Rise of Mediapolis*, Polity Press, 2007 [tr. it. di E.D. Midolo, *Mediapolis. La responsabilità dei media nella civiltà globale*, Vita e Pensiero, Milano 2009, p. 282].

70. A. Sen, *The Idea of Justice*, Penguins, London 2009 [tr. it. di L. Vanni, *L'idea di giustizia*, Mondadori, Milano 2010, p. 341].

71. J. Habermas, *Faktizität und Geltung. Beiträge zur Diskurstheorie des Rechts und des demokratischen Rechtsstaats*, Suhrkamp, Frankfurt am Main 1998, p. 437.

72. J. Baudrillard, *Totalment obscène et totalement séduisante*, intervista di S. Younan, in *Autrement*, n. 53, ottobre 1983 [tr. it. a cura di V. Codelupi, *Totalmente oscena e totalmente seducente*, in *Il sogno della merce*, a cura di V. Codeluppi, Lupetti, Milano 2011, p. 48].

e divenute soggette alla comunicazione pubblicitaria e al marketing, la destra e la sinistra non significano più niente, sono intercambiabili, sicché viene «neutralizzato qualsiasi antagonismo fra la destra e la sinistra», e «l'esercizio del potere può servirsi dell'alternanza dell'una e dell'altra»⁷³. Destra e sinistra divengono una pura simulazione di alternanza, perché non indicano un'alternativa, ma la messa in scena di un codice, poiché «il monopolio di fatto rimane quello di una classe politica omogenea, dalla sinistra alla destra»⁷⁴.

Proprio per questo, la questione non è di contenuti, ma della forma. Da questo punto di vista, coloro che pensano che il problema siano i contenuti sosterranno che è importante il pluralismo, cioè la possibilità di accedere ai mass media, per esempio per fare crescere la coscienza politica, o per diffondere una cultura cristiana contro altri media che, invece, diffondono valori anticristiani, per fare controinformazione (attraverso delle radio pirata) contro i mass media dei padroni etc. Per Baudrillard, invece, «l'ideologia dei *media* si situa al livello della *forma*, della separazione che istituiscono, che è una divisione sociale»⁷⁵. A suo parere vi è comunicazione dove vi è scambio, e questo viene meno nei media. Comunicazione, infatti, non è semplicemente emissione/ricezione di un'informazione, ma «lo spazio reciproco di una *parola* e di una *risposta*, e perciò di una responsabilità»⁷⁶.

Ora, proprio questo aspetto viene meno nei mass media, giacché «essi sono ciò che impedisce per sempre una risposta»⁷⁷. Sterminando lo scambio simbolico, essi inscrivono l'evento in uno spazio semiotico, che lo svuota in quanto evento reale e lo trasforma in pura trasparenza, in segno tra segni che scorrono e fluiscono: «Basta che guardiate la televisione: tutti gli eventi vi si succedono in un rapporto perfettamente estatico, e cioè negli aspetti vertiginosi e stereotipati, irreali e ricorrenti, che consentono il loro concatenamento insensato e ininterrotto»⁷⁸. Qui l'evento svanisce nel segno, e non c'è evento perché non c'è un significato rispetto a cui prendere posizione, ma un puro flusso da fruire. Pertanto, in virtù della loro stessa forma, i media impediscono lo scambio simbolico, per cui «i media elettronici sono la trasformazione del simbolico nel semiotico»⁷⁹.

Un aspetto, del resto, noto in scienze della comunicazione come carattere unidirezionale della comunicazione dei mass media. E proprio qui emerge come Baudrillard tragga ispirazioni decisive da Rousseau. Infatti, il suo modello interpretativo della comunicazione è tratto dallo scambio nelle società primitive, dove «il potere tocca a colui che può dare, e al quale non può essere restituito nulla»⁸⁰. Solo che qui è possibile il contro-dono, che diviene invece impossibile nel mondo dei mass media e nel

tipo di comunicazione che da essi si estende alla cultura, alla politica e all'educazione. Tutte queste sfere vengono colonizzate da un unico modello di comunicazione, che diviene l'unico veramente efficace, serio, scientifico. Ma qui si sviluppa una comunicazione senza possibilità di risposta: puoi solo stare ad ascoltarmi o spegnere il televisore. Interloquire col televisore sarebbe un gesto di paranoia, come è di fatto capitato, e forse questo gesto di paranoia è un estremo atto di lucidità, di tentativo folle di effettuare un contro-dono.

In questo senso – secondo Baudrillard –, pensare che possano esistere media democratici o che i media possano svolgere una funzione formativa ed educativa, per esempio nell'educazione alla cittadinanza, è privo di senso, perché il problema non sono, in primo luogo, i contenuti. *Il problema è il monopolio della parola*. I mass media sono dunque strumenti di non comunicazione, perché «la parola scambiata, lo scambio reciproco e simbolico, nega la nozione e la funzione dei *media*, dell'intermediario»⁸¹.

Pertanto, la comunicazione vera è, per Baudrillard, quella singolare, la scritta sui muri, alla lavagna, i manifesti scritti a mano, «la strada ove la parola si riceve e si scambia, tutto ciò che è iscrizione *immediata*, data e restituita, parlata e seguita da una risposta, mobile, presente nello stesso tempo e nello stesso luogo, reciproca e antagonista»⁸². La comunicazione richiede uno spazio dove tutti possono esprimersi, mettere la loro scritta. E la comunicazione educativa avviene in uno spazio unico, in una relazione ambivalente, in cui il maestro offre un dono, e l'allievo può rispondere con un contro-dono, che è, nello stesso tempo, il modo in cui si appropria del dono e si lega alla tradizione e il modo in cui risponde al maestro e all'interna tradizione alternandolo e inscrivendolo in nuovi contesti.

Comunicazione e distanza: una connessione che disconnette

Dalle pagine precedenti sono emerse tre cose. In primo luogo che in una cultura determinata dai mass media parlare non significa dare qualcosa, dare la propria parola, mostrare chi si è, prendere un impegno, entrare in una relazione, e *aspettarsi una risposta*. In secondo luogo che

73. Id., *Lo scambio simbolico*, cit., p. 48.

74. *Ibi*, p. 81.

75. Id., *Per una critica dell'economia politica del segno*, cit., p. 165.

76. *Ibidem*.

77. *Ibidem*.

78. Id., *Le strategie fatali*, cit., p. 13.

79. W. Merrin, *Baudrillard and the Media, A Critical Introduction*, Wiley, 2006, p. 20.

80. J. Baudrillard, *Per una critica dell'economia politica del segno*, cit., p. 165.

81. *Ibi*, p. 172.

82. *Ibidem*.

la cultura dei media elettronici è una cultura dell'istantaneità e dell'abolizione della distanza, della comunicazione immediata, della reazione e della simulazione. In terzo luogo che in questa forma di vita ciò che accade non è l'originale che può poi anche essere rappresentato, ma accade in vista dell'essere rappresentato, a partire da un modello di simulazione che lo precede e lo genera, per cui è già rappresentazione e messa in scena. Cerchiamo di sviluppare meglio questi tre aspetti.

Il tipo di apertura di mondo derivante dai media elettronici è una provocazione, una sfida al tempo e allo spazio, e in questo modo essa ci fa cadere fuori dall'ambito essenziale del nostro essere, dato che la temporalità caratterizza il modo di essere dell'esistenza personale. Nella misura in cui annulla la temporalità e l'identità giunge a costituirsi come reazione a stimoli e messaggi istantanei l'esistenza perde il rapporto con se stessa, cioè con il proprio tempo, cerca di arginarlo, sfruttarlo, fissarlo, "postarlo" (come fanno i ragazzi con facebook), invece di lasciarlo essere, e con la perdita del rapporto a sé come rapporto al proprio tempo, del rapporto a sé come distanza da sé si deteriora anche la comunicazione, che richiede distanza e tempo per non ridursi a una serie di reazioni. Così, con gli sms, con facebook e twitter, con whats up, vi è un flusso di informazioni, una compulsione a essere connessi, e tutto avviene in tempo reale, senza darsi tempo. Nelle chat la risposta è (deve essere) immediata e, secondo Baudrillard,

vi è una profonda incompatibilità tra il tempo reale e la regola simbolica dello scambio. Ciò che regge la sfera della comunicazione (interfaccia, immediatezza, abolizione del tempo e della distanza) non ha alcun senso in quella dello scambio, dove la regola vuole che quanto è dato non sia mai restituito immediatamente. Bisogna restituirlo, ma mai all'istante. È un'offesa grave, mortale. Non vi è mai interazione immediata. Il tempo è appunto ciò che separa i due momenti simbolici e ne sospende la risoluzione⁸³.

Ancora una volta, qui non ci troviamo di fronte a qualcosa che la buona volontà potrebbe tenere a bada, attraverso un miglior uso dei media elettronici. Ci troviamo di fronte ad un mutamento tecnico che modifica la nostra esperienza. La comunicazione è una struttura di legame, e la parola data, come ogni dono, *lega nel tempo*. Rispondere significa restituire: è un contro-dono. Ma la parola data, che impegna chi la dà e chi la riceve, deve essere conservata nel tempo, perché proprio essendo conservata e sin quando viene conservata mantiene il legame. Come la lettera d'amore che l'innamorato portava nella tasca vicina al cuore, mostrando come il dono agisse dando senso al tempo, *si irradiasse nel tempo, resistesse al tempo*.

Invece, una struttura di doni e contro-doni in tempo reale (nel tempo divenuto istantaneità) cresce vertiginosamente, a un certo punto non puoi più ricambiare con un contro-dono più alto, sicché *lo scambio deve interrompersi*, avere una fine, oppure diventare una falsa moneta, un falso dono, la finzione del dono, cioè inserire il dono stesso in un codice e in una struttura di simulazione. Lo scambio diventa impossibile. Il punto è che mentre al dono della lettera si associa il tempo che ci vuole per arrivare, alla connessione immediata dei media elettronici si associa che l'altro debba rispondere immediatamente. Non ci deve essere *suspense*: la non immediatezza del contro-dono può produrre solo ansia e angoscia, distruggere la relazione. Per questo tutto deve essere immediato: una reazione, ancora una volta un test. Ma appena vi è reazione, risposta quasi riflessa, non vi è più scambio simbolico. Una reazione riflessa non è una risposta. La risposta diventa solo un segno inserito in un codice: "Ha risposto subito, e questo vuol dire che...". *Dal simbolico si è passati al semiotico*, dal simbolo al segno, dal rapporto tra persone a quello fra un ordine di segni.

Lo scambio simbolico richiede, invece, di darsi tempo. Il mio maestro mi ha insegnato una cosa, e la risposta nasce nel tempo, richiede tempo, forse una vita intera. In questo tempo si gusta il dono ricevuto, lo si lascia agire in sé, *si matura*. E il soggetto che risponde è trasformato dal dono ricevuto. Questa è la struttura della trasmissione. E ognuno assume il punto di vista dell'altro: il donatore quello del donatario, e questi quelli del donatore. Questa attesa differita della risposta costituisce il legame simbolico, che è un legame nel tempo e che lega il tempo, il passato al presente e al futuro. In questa suspense la vita accade, le esistenze sono dislocate, *distanziate e legate* nello stesso movimento e nello stesso tempo, e nella risposta (nel contro-dono) si ritrovano, diverse e identiche, cioè trasformate, divenute altre, tenute insieme non da una presenza a sé, ma dalla comunicazione come scambio simbolico che struttura il tempo. Invece, nella comunicazione come reazione tutto cambia vorticosamente ma niente matura e niente prende forma: c'è cambiamento, ma non divenire, metamorfosi, divenire altro da sé, per cui «il movimento non scompare tanto nell'immobilità quanto nella velocità e nell'accelerazione»⁸⁴.

È dunque nell'intermezzo e nel differimento che nasce la risposta, e *nasce dalla vita che matura*, che diviene, invece di cambiare soltanto: in questo tempo di mezzo si ac-

83. Id., *Le crime parfait*, Galilée, Paris 1995 [tr. it. di G. Piana, *Il delitto perfetto. La televisione ha ucciso la realtà?*, Cortina, Milano 1996, p. 37].

84. Id., *Le strategie fatali*, cit., p. 14.

cumula l'interesse necessario al contro-dono, in modo da non rispondere con lo stereotipo (la reazione riflessa), attraverso cui la comunicazione collassa. Solo nel tempo matura una risposta singolare, che nasce dalla singolarità di quella vita e dalla singolarità di quella relazione.

In questa *suspense* si è vicini, poiché la vicinanza richiede questa distanza temporale, questo scarto. Invece, i media elettronici creano *l'illusione della vicinanza* e della condivisione. Martin Heidegger scriveva, tempo fa, che «il culmine dell'eliminazione di ogni possibilità di lontananza è raggiunto dalla televisione, che ben presto coprirà e dominerà tutta la complessa rete delle comunicazioni e degli scambi tra gli uomini»⁸⁵. Da allora le cose si sono sviluppate molto, la televisione non è più l'unico medium elettronico né il più importante, ma l'indicazione coglie un punto centrale: che l'eliminazione della distanza non rappresenta un'effettiva possibilità di comunicazione, un'effettiva vicinanza, poiché «ciò che, in termini di misure, è il meno distante da noi grazie all'immagine del film o alla voce della radio [e noi potremmo aggiungere: attraverso il PC, il cellulare etc.] può rimanerci lontano»⁸⁶.

Lontano qui significa "estraneo", come ci rimane estraneo (cioè resta un puro segno) il fabbro afgano che i media pretendono portare "direttamente a casa nostra" e come ri-

mane estraneo il contenuto offertici dall'e-learning, attraverso un uso troppo disinvolto dei dispositivi digitali, senza che si sia strutturata una comunicazione e uno scambio simbolico tra docente e allievo.

L'estraneità, a differenza dell'alterità, è ciò che non è per me, che non mi è destinato, e rimane tale perché ogni segno in un codice vale per tutti, è la copia o la replica di un modello universale, mentre la singolarità o l'unicità della mia relazione con te (che sei altro da me) emerge solo dove il codice viene rotto e due singolarità si incontrano in gesti, modi e doni che non possono essere universalizzati, come è sempre avvenuto tra un maestro e un allievo, in una relazione unica e inimitabile, *che custodisce in sé la trasmissione del senso*.

Martina Chiusolo

Dottoranda in "Formazione della Persona e Mercato del Lavoro" Università di Bergamo

Vincenzo Costa
Università del Molise

85. M. Heidegger, *Saggi e discorsi*, cit., p. 109.

86. *Ibidem*.