

Vincenzo Costa

L'ALTERNATIVA NEL MONDO MEDIATIZZATO: TRA VISIBILITÀ E SEGRETO

Abstract

In this essay, I address the theme of the alternative starting from the question of whether alternatives are still possible in the time of the mediatized life world. Today, in a world where everything is a sign, to be truly such, an alternative should escape the logic of signs. Yet, as soon as an alternative appears in the mediatized life world, it appears always and necessarily as a sign, as a simulacrum of the alternative. Every sign must nevertheless be decoded and the decoding always ignites an alternative that works in secrecy, in that which does not appear and is not inserted in the world of sign references.

1. *Il consumo mediatico: informazione senza evento*

Se ciò che chiamiamo realtà è divenuto un insieme di messaggi, allora l'alternativa deve essere intesa come una trasformazione interna al flusso dei messaggi, per cui è necessario interrogarsi sui mass media e intendere il mondo della vita come un mondo della vita mediatizzato. I media, oggi, non sono più qualcosa che mediano tra mondi della vita, ma qualcosa che costituisce il nostro stesso mondo della vita, poiché la nostra vita si svolge dentro i media: questi sono l'ambiente entro cui l'esistenza si svolge, i rapporti con gli altri si strutturano, il tempo si configura. E questo significa che si è prodotto un passaggio e una trasformazione radicale: *il mondo della vita che non è più un'articolazione di possibilità di azione, ma un flusso di messaggi*. L'esistenza non è più gettata in un orizzonte di possibilità, ma attraversata da un flusso. Esistere non significa più progettarsi a partire dalle proprie possibilità, ma *consumare messaggi*.

Questa trasformazione mina la nozione di novità, di alternativa, che precedentemente presupponeva l'attualizzazione di possibilità, appunto alternative ad altre possibilità. Nella misura in cui però le possibilità vengono sostituite da un mondo di segni, gli eventi (anche l'alternativa) divengono solo segni da consumare. I segni, infatti, a differenza delle possibilità di azione, non invitano all'azione, ma al consumo. Non devono produrre progetto, non devono inserire l'esistenza nel tempo e in una maturazione (in tedesco si potrebbe dire *Zeitigung*), non implicano il tempo e la temporalizzazione, ma l'istantaneità: devono attivare una forza istantanea, fare sentire vivi, così come lo shopping serve a far sentire vivi. In questo modo, anche l'alternativa viene inserita in un flusso di segni, e quindi viene sterminata in quanto evento possibile.

Di fatto, nel mondo mediatizzato le notizie non ci devono orientare nell'agire, ma tenere informati, perché *l'essere informati è un segno di distinzione sociale* e perché la notizia

scatena una reazione, fa sentire vivi: a volte libera da quel tedio che Baudelaire considerava la cifra della sua epoca. In questo modo, ciò che si viene a sapere non coinvolge l'esistenza, non la disloca e non la costringe a *prendere posizione* di fronte agli altri. I mass media (la TV, i quotidiani o il web) devono farci sentire dentro la storia, annullando però la storia. Si tratta solo di poter dire: "Io c'ero". Senza tuttavia esserci, poiché "io c'ero" significa solo "ho provato l'emozione", un fatto estetico che non definisce l'esistenza e che non la radica in un progetto, dato che solo rispondendo a un appello si entra nella storia. Inserirsi in una storia non significa "sentire qualcosa", ma accettare e rispondere ad una *sfida*.

Questo farci sentire dentro la storia senza esserci veramente, senza partecipare e senza correre rischi, viene prodotto attraverso la creazione di *un'attesa dell'evento mediatico*, che si sostituisce all'attesa e all'incombere del possibile. Per esempio, l'immagine delle guardie del corpo di De Gaulle che si allenano col mitra, dell'evento TIM, dell'uscita dall'euro, dei porti chiusi, di come andrà a finire lo scontro tra il Ministro degli interni e Carola Rackete. In questo senso, ogni informazione «è completamente *attualizzata*, vale a dire drammatizzata in modo spettacolare – e completamente *inattualizzata*, vale a dire distanziata per mezzo della comunicazione ridotta a segni»¹. Questo modifica il nostro modo di essere storici e di stare nella storia.

Attualizzata e drammatizzata, la notizia produce cecità, perché perde la dimensione storico-temporale, senza la quale l'evento non è evento, bensì un segno in un palinsesto. La drammatizzazione è una simulazione, ma questa simulazione non è illusione o fantasticheria: essa ci familiarizza con un evento che può accadere, lo fa entrare nelle nostre vite, lo rende quotidiano, sicché, quando accade, esso è solo la ripetizione di quanto già accaduto, è una replica. Ciò vale per ogni alternativa, che è prevista dal codice, e se è prevista non è un'alternativa, ma solo un segno in un palinsesto, qualcosa che susciterà una reazione immediata per essere poi accantonato nella misura in cui il flusso dei messaggi veicola altri segni (passando da una notizia all'altra, da un profilo all'altro). Quindi, la simulazione possiamo anche intenderla in questo nuovo modo: se il nostro mondo è la totalità delle possibilità cui siamo consegnati, la drammatizzazione altera il nostro mondo perché modifica la totalità delle possibilità in cui viviamo, trasformando le possibilità in segni da consumare. A questo punto, che queste possibilità siano reali o irreali è del tutto irrilevante, poiché *a contare è solo il segno da consumare, non l'evento rispetto a cui prendere posizione*. L'importante è che le possibilità si siano rese manifeste come segni, poiché una volta apparse come segni costituiscono il nostro mondo: sono appunto dei simulacri.

Nel mondo della vita mediatizzato il simulacro dell'evento non è meno reale del suo accadere, e tutto diviene simulacro di eventi. È la realtà sterilizzata, poiché «l'immagine, il segno, il messaggio, tutto quel che "consumiamo", è la nostra quiete, suggellata dalla distanza del mondo e che addormenta, più che compromettere, la stessa violenta allusione al reale»². Per esempio, riguardo all'attentato alle Twin Towers si potrebbe dire: questo non è certamente una finzione, lì le torri sono *realmente* crollate. E certamente

¹ J. BAUDRILLARD, *La società dei consumi* (1970), trad. it. G. Gozzi-P. Stefani, Il Mulino, Bologna 2010, p. 14.

² *Ibidem*, p. 15.

sono crollate, ma si tratta di una simulazione perché il crollo reale diventa importante *solo in quanto l'immagine è spettacolare*, sicché «il fascino dell'attentato è anzitutto quello dell'immagine»³. E soprattutto, le torri sono state fatte crollare solo in vista della sua mediatizzazione. Non è un'azione nella realtà che, *poi*, viene veicolata dai media: essa è stata costruita per i media, come lo è uno spot: il codice dei media ha dunque determinato le azioni “reali”, ed in questo senso la realtà non è l'originale che viene poi duplicato, ma è già copia, replica, *effetto dei media*. Solo in virtù di questa spettacolarità qualcosa diventa un evento mediatico, solo in virtù di questa estetizzazione può diventare un evento mediatico ed entrare a far parte della nostra realtà: *la forma del medium impone che cosa può diventare evento*, e dunque fa accadere, determina il reale a partire dal virtuale. Pertanto, nota Baudrillard,

«in questo caso il reale si aggiunge all'immagine come un premio di terrore, come un brivido in più. Non soltanto è terrificante, in più è anche reale. Non è che la violenza del reale sia data in partenza, e che a essa si aggiunga il brivido dell'immagine; piuttosto è l'immagine a venire prima, e il brivido del reale ad aggiungersi dopo»⁴.

La notizia non impegna: *sapere che ci sono milioni di disoccupati non è una sfida*. L'indignazione che suscita svanisce cambiando canale o passando alla notizia successiva. Non genera scambio simbolico, impegni davanti ad altre persone, progetto, decisione, e dunque anche responsabilità: suscita solo indignazione istantanea. *Un'alternativa implica però più di una mera indignazione, poiché qualcosa è un evento se è per noi una sfida che ci obbliga a rilanciare*, se si fa tempo. Proprio questa struttura è però ciò che viene meno nel mondo della vita mediatizzato. Si ha appunto a che fare solo con messaggi e segni, mentre siamo assenti «gli uni nei confronti degli altri»⁵. La notizia consumata non ci mette in movimento: appaga semplicemente la nostra curiosità, ci fa sentire informati (attivi) e dentro la storia, nel nostro tempo, mentre siamo solo dentro *un flusso o uno sciame di messaggi*. *L'accadere non diventa evento*, cioè qualcosa a cui dobbiamo rispondere, e che dunque modifica la nostra vita. Chiuso il giornale, spento il televisore o passando da un profilo FB a un altro la nostra vita procede come se niente fosse accaduto.

In questo senso, il consumo dei messaggi è l'esclusione del reale collettivo, *è la separazione tra l'evento e il vissuto*. Le cose non ci toccano, ma se «comportamenti e questioni impersonali non riescono ad appassionare, se non quando – erroneamente – ne facciamo una questione personale»⁶ questo accade perché *comportamenti e questioni impersonali ci vengono dati solo come segni da consumare*, perché il loro inserimento in una successione di immagini, nei formati riconoscibili della TV, li uccide come eventi. La sfera pubblica diviene quindi solo un insieme di segni atti a soddisfare la curiosità o il narcisismo degli attori: ma i segni, a differenza delle possibilità di azione, non generano storia. Essi vengono consumati nell'atto stesso del loro apparire, senza generare storia e progetto. La discussione pubblica avviene, pertanto, in una atmosfera già sterilizzata. La notizia viene recepita per produrre un'emozione dentro di sé. Ci fa sentire con gli altri e

³ J. BAUDRILLARD, *Lo spirito del terrorismo* (2002), trad. it. A. Serra, Cortina, Milano 2002, p. 39.

⁴ *Ibidem*, p. 38.

⁵ J. BAUDRILLARD, *La società dei consumi*, ed. cit., p. 3.

⁶ R. SENNETT, *Il declino dell'uomo pubblico* (1974), trad. it. F. Gusmeroli, Mondadori, Milano 2006, p. 7.

dentro il mondo, essendo chiusi totalmente in una stanza. In questo senso, Baudrillard nota che

«la quotidianità come clausura, come *Verborgenheit*, sarebbe insopportabile senza il simulacro del mondo, senza l'*alibi* di una partecipazione al mondo. Essa deve alimentarsi con le immagini e coi segni di questa trascendenza. La sua tranquillità ha bisogno della vertigine della realtà e della storia»⁷.

Non siamo fuori dalla storia quando non guardiamo le notizie, ma proprio mentre le guardiamo.

2. Comunicazione di massa e simulazione

Si sta dunque producendo una negazione del reale. Ma questo non avviene nei e coi mass media, ma molto prima, in un luogo che li precede e li rende possibile: nel mondo del consumo, in quanto caratteristica fondamentale e indice del nostro tempo. Andiamo a vivere come gli eschimesi, facciamo un'esperienza esotica, viaggiamo in paesi lontani, e quando postiamo le nostre foto non riproduciamo una realtà, perché *il viaggio e la foto sono fatte in vista dell'essere postati*, per cui il reale è già ripetizione, è un simulacro: nel momento stesso in cui viviamo stiamo recitando una scena, attuiamo un copione e lo facciamo in vista dell'esposizione. E questo vale per la sfera politica, dove *i media non informano su quello che il politico ha fatto, poiché il politico fa quel che fa solo come segno che deve entrare in uno sciame di segni*: il suo gesto è simulazione, la sua azione un simulacro, è già ripetizione di un modello e in vista di un modello. Oppure, *Don Matteo* ci indica la vita del prete o dei carabinieri, ma la simulazione non consiste nel fatto che mostra un prete che non esiste, che copre la triste realtà dei preti reali. Ad essere importante non è la dissimulazione. La simulazione consiste nel fatto che simula l'esistenza di qualcosa che non c'è più, che *recupera come pura immagine il reale che scompare*, e quindi crea una iperrealtà, produce un'esperienza diversa della religiosità. Dietro il simulacro di *Don Matteo* non c'è alcun messaggio e alcun significato, del tipo "Così è come dovrebbe essere un vero prete". *Don Matteo è un puro segno costruito all'interno di un modello di intrattenimento*, che deve appunto divertire.

Tutto questo è appunto dell'ordine del simulacro, significa «*esaltare i segni sulla base di una negazione delle cose e del reale*»⁸. Le comunicazioni di massa svolgono dunque una funzione particolare: *negare il reale e farlo vivere come segno*. Così, la famiglia si disgrega come istituzione e la TV fa i film sulla famiglia, la religione e i preti perdono ogni riconoscimento nella realtà e la TV fa *Don Matteo* (con qualche povero di spirito che crede che in questo modo la religione potrà entrare nelle case e, magari, produrre qualche vocazione), la tradizione viene sterminata e la vita politica la resuscita come mero segno (per esempio il guerriero di Legnano): «*Si assiste alla disgregazione storica di certe strutture che festeggiano in qualche modo, sotto il segno del consumo, sia la loro scomparsa reale che la loro resurrezione caricaturale*»⁹. *Man mano che l'occidente stermina tutti*

⁷ J. BAUDRILLARD, *La società dei consumi*, ed. cit., p. 16.

⁸ *Ibidem*, p. 108.

⁹ *Ibidem*, *ivi*.

i suoi valori li recupera come segni, come simulacri che non rinviano a nient'altro che ad altri segni, quindi li recupera non come possibilità, ma come simulacri.

Prendiamo, come altro esempio, il caso di Giuseppe, un signore di 90 anni che va in un programma televisivo della De Filippi. Nella rappresentazione mediatica egli viene rappresentato come spinto dal desiderio di incontrare donne con cui intrattenere relazioni erotico-sentimentali, spinto dall'urgenza del sesso, *divenendo così il segno della vitalità* e cancellando la realtà, negandola e facendo sparire il rapporto unico e drammatico che la vecchiaia intrattiene con la vita e con la morte, il senso stesso dell'invecchiare. Il segno della vitalità deve negare la realtà della solitudine dell'anziano, dell'angoscia per la vita che finisce, deve produrre una trasformazione caricaturale della vecchiaia, che sparisce come realtà e viene recuperata come segno, codificata in un sistema di segni caratterizzato dalla giovinezza, sempre, ovunque, a qualsiasi costo, un codice che precede e guida la vita reale, la quale diviene copia della copia, dato che a quel sistema di segni codificato bisogna attenersi nella vita. In questo modo *si crea una neorealtà che si sostituisce alla vita*, cioè al rapporto con le proprie possibilità effettive.

Non si tratta semplicemente di una contraffazione: si tratta della creazione di una nuova realtà a partire da un modello. Il modello, costruito a partire da un codice dove tutto è vitalità, giovinezza, dove la morte non esiste, *genera automaticamente* la simulazione di una vecchiaia che è possibile inscrivere in questo codice, che è implicita in questo codice. Questo codice genera poi la colpa, dunque effetti di realtà, poiché chi la vive diversamente viene giudicato dal codice introiettato. Analogamente, la sessualità viene esaltata nel momento stesso in cui finisce come scambio simbolico e diventa funzionale a un sistema di segni, inscrivendosi nella logica del consumo, che emerge quando, in una canzone, troviamo la frase: «Stiamo qui a chiederci se abbiamo preso abbastanza». Qui emerge che non è ciò che ho vissuto ad essere importante. Importante è capire se sono al di sotto di quanto prescritto dal codice, poiché è questo a determinare che cosa significa “avere preso abbastanza”: il codice produce così una struttura autoriflessiva attraverso cui il soggetto si misura e stabilisce se la sua esistenza è dentro i parametri del codice. Non esiste più l'amore (relazione duale, sfida, tempo), ma il segno dell'amore, come non esiste più la vecchiaia (il venire meno delle possibilità dell'esistenza, l'accorciarsi dell'orizzonte del futuro, il finire del proprio tempo), ma il segno della vecchiaia. Esiste solo un sistema di segni che diventa l'orizzonte della nostra vita, perché determina che cosa significa essere giovani, vecchi, amare etc. a partire da un codice senza soggetto, privo di intenzionalità soggettiva e di responsabilità.

Con i media tutto viene semiotizzato, e la vecchiaia o la giovinezza non sono altro che simulacri, attraverso cui svanisce e sparisce il reale. Tutto ciò che appare non è l'originale, e l'originale non esiste neanche da un'altra parte o in un altro luogo e tempo. Il sesso non è il sesso, ma il sesso inscritto in una struttura di segni, conta come segno di distinzione, misura la posizione entro il codice. Il corpo non è il corpo, ma il corpo inscritto nella logica dei segni, al punto che dentro il codice si giunge a desiderare di avere tutti lo stesso corpo, quello che si avvicina di più al modello prescritto dal codice, e la lontananza dal codice viene vissuto come colpa e vergogna. Ed anche il corpo liberato è un certo corpo inscritto in una logica di segni. In questo senso non c'è originale ma solo ordine differenziale dei simulacri. *Non vi è originale*, perché la vita reale è già un simulacro, perché il mondo della vita non viene mediato, ma è già mediatizzato, generato

a partire da un modello generalizzato di simulazione, che non è il prodotto dei mass media, ma che questi amplificano e iterano senza limite.

Questa trasformazione e questa negazione del reale avviene nel momento stesso del montaggio, nella costruzione di una successione in cui alle immagini di una guerra si succedono quelle della pubblicità del caffè e le notizie rosa, sicché tutti questi eventi diventano equivalenti a livello semiotico: sono tutti segni che si susseguono in un ordine prevedibile. Sappiamo, e di un sapere apriori, che dopo la notizia di morti in mare avremo la pubblicità che ci farà ridere e poi le previsioni metereologiche. Il carattere dei mass media, pertanto, «è lo schema costrittivo, connesso all'essenza tecnica stessa di questi media, di disarticolazione del reale in segni successivi ed equivalenti»¹⁰. Qui il simulacro non sopravviene all'originale, non copre una realtà, non la dissimula. Nella misura in cui iscrive gli eventi dentro un codice modifica il loro valore connotativo, e questa totalità di connotazioni diventa la nostra realtà, il nostro mondo, la totalità delle nostre possibilità d'azione: il codice include le alternative possibili. Il nostro mondo reale, quello che costituisce la nostra esperienza, quello in cui accadono gli eventi della nostra vita, è un mondo in cui possiamo tranquillamente bere un caffè mentre guardiamo le immagini della guerra del golfo o la decapitazione di un occidentale da parte dell'ISIS. All'interno di questo schema nulla di nuovo può accadere: sappiamo già, di un sapere apriori, che alla pubblicità succederanno delle immagini e delle notizie di guerra, di crimini, e poi notizie rosa. Il contenuto può variare, ma *non lo schema formale*. Il mondo in cui la nostra vita si svolge è questo flusso di messaggi.

Per questo niente accade, perché *l'accadere è l'irrompere di una novità che disloca l'esistenza*, è l'apparire di una sfida che impone un rilancio. Nei mass media si modifica la nozione di evento, dunque, perché adesso *a fare l'evento è l'audience*. L'accadere è sfruttato come evento in quanto spettacolare, e non in quanto sfida da raccogliere. Come accade nelle edizioni speciali, quelle dedicate ai fatti in tempo reale, come fu con il crollo delle torri gemelle, come fu con la tragedia del bambino caduto nel pozzo artesiano, come accade coi terremoti, in cui *i media arrivano prima dei soccorsi*.

Non è che le cose siano “solo” immagini. Si tratta di qualcosa di diverso: *il mondo è la maniera in cui si articola il significato delle cose, il valore connotativo che esse assumono*, per cui, articolando e tagliando il reale a loro modo, i media non producono una rappresentazione distinta dalla realtà, che la copre o la mistifica, ma una iperrealtà che fa sparire la realtà, poiché si sostituisce alla realtà. *Non la nasconde: la sostituisce*. I media devono produrre “notizie di giornata”, fresche come le uova, e questo significa che la notizia non deve durare troppo, che dopo un poco non è più un “evento”, e questo rode alle fondamenta la nozione stessa di alternativa, poiché l'alternativa è solo un segno che deve essere alternato con un'altra alternativa, il governo del cambiamento sostituito dal governo della novità o della discontinuità. *Non ci può più essere alternativa perché nel mondo dei segni tutto deve essere nuovo, tutto è alternativa, e se tutto è alternativa niente lo è*. L'alternativa sarebbe istantanea, e quindi mero segno da consumare.

Se durasse troppo, non entrerebbe più nel palinsesto, si cesserebbe di parlarne, e quindi non esisterebbe più, non sarebbe alternativa. Uscirebbe dal flusso dei messaggi, così come di una guerra che dura troppo non si parla più dopo qualche tempo, non è più

¹⁰ *Ibidem*, p. 137.

un evento, ha perso il suo carattere spettacolare, non fa *audience*. Lo spettacolo esige velocità, novità, capacità di stupire: è questa la realtà prodotta dai mass media e dai nuovi media. Possiamo anche sapere che esistono guerre dimenticate, ma non ci appassionano. Se non sono apparse come delle sfide, se non ci hanno costretto a rilanciare, allora ci hanno potuto interessare solo per il loro carattere di novità, per l'eccitazione prodotta sul momento, che declina nella ripetizione dell'immagine. Ogni alternativa è tale solo in quanto segno da consumare, e una volta consumata bisogna passare alla prossima alternativa.

I media sono un insieme di dispositivi tecnici (il montaggio delle immagini) e di capitale che cerca il profitto, e questo determina allora il criterio in base a cui qualcosa è un evento: *è un evento ciò che fa audience*, cioè ciò che può essere confezionato (nel montaggio), venduto e consumato come merce. E questo diventa il criterio selettivo attraverso cui gli eventi sono eventi nell'iperrealtà. I mass media tendono cioè a presentarsi come un sistema di lettura e di determinazione di ciò che esiste: *determinano che cosa veramente esiste*. Nel mondo della vita mediatizzato esisterà solo ciò che *può apparire nei mass media*, ciò che questi possono fare apparire, ciò che è spettacolare. Il suo senso d'essere sarà determinato dalla concordanza delle diverse fonti e, se si attingesse ad un'unica fonte – come è avvenuto nel caso della guerra in Irak, in cui tutte le immagini trasmesse dalle diverse televisioni erano in realtà fornite dal Pentagono –, allora quella sarebbe la realtà, e l'evento potrebbe non essere mai accaduto, potrebbe essere un montaggio.

Ma anche che cosa è accaduto dipende da come viene montato, dalle immagini che vengono scelte, da come chilometri di filmato vengono selezionati e montati. «È la sostanza del mondo spezzettata, filtrata, reinterpretata secondo questo codice insieme tecnico e "legendario", che noi consumiamo»¹¹. In questo senso, i media e il senso che essi ci forniscono non è la realtà, e non è neanche il modo in cui ci dirigiamo verso la realtà: i media selezionano che cosa accade *realmente* nella realtà, e lo fanno a partire dal criterio per cui accade ed è rilevante ciò che può essere consumato come merce: lo spettacolare. Il crollo delle Twin Towers non è un evento per il suo significato, ma per la spettacolarità, e l'azione è stata progettata proprio in vista della spettacolarizzazione, con quelle immagini che possono essere ripetute all'infinito senza perdere la loro spettacolarità, che superano ciò che un film già spettacolare può fornire. *Senza i media l'azione non sarebbe stata compiuta*. Essa è stata fatta come rappresentazione, dunque come simulazione di un modello, imposta dal codice dei segni. Per questo, all'interno dei mass media, il segno non rinvia a un significato, ma verso se stesso. L'immagine televisiva

«non dà né a vedere né a comprendere gli avvenimenti nella loro specificità (storica, sociale, culturale), ma li mette in circolazione tutti indistintamente reinterpretati secondo lo stesso codice, che è contemporaneamente una *struttura ideologica* e una *struttura tecnica*»¹²,

cioè un certo tipo di discorsività, quella della successività, con la trasformazione del tempo che in esso si sviluppa, dato che *questa successività è una negazione del futuro*. *Il futuro della programmazione televisiva è definito*: qualsiasi cosa accada ci sarà una sequenza di notizie,

¹¹ *Ibidem*, p. 139.

¹² *Ibidem*, p. 140.

pubblicità, etc. E questo chiude il futuro del mondo, rende già passata ogni alternativa, che si riapre dove qualcuno, *nel segreto*, raccoglie una sfida. *L'alternativa, dunque, se ve ne è una, sarà priva di fenomenalità, sottratta ai media e dunque eccentrica rispetto al codice che essi impongono.*

3. Simulazione e neorealtà

Emerge così che quanto entra nella programmazione televisiva si viene ad inquadrare in un codice che, automaticamente, genera una simulazione, la quale organizza i fenomeni entro una differente struttura di rimandi: quella puramente semiotica. Come ogni altro sistema, il sistema mediatico non scambia con l'ambiente se non ciò che la membrana gli permette di scambiare a partire dalle necessità di funzionamento sistemico, di riproduzione del sistema, a partire dal proprio stato interno. Proprio questo genera ciò che chiamiamo neorealtà. In un certo senso, è come se un sistema particolare risucchiasse al proprio interno tutti gli altri sistemi e anche l'ambiente in quanto tale. Pertanto, la neorealtà o anche neoambientalità non devono essere intese a partire dall'opposizione realtà-immagine, come se da una parte stessero gli avvenimenti, la storia, le idee prodotte a partire da un'esperienza mobile, contraddittoria, reale, dall'altro quelli «prodotti come artefatti a partire da elementi del codice e dalla manipolazione tecnica del medium»¹³. In realtà non vi è falsificazione del contenuto autentico, né dissimulazione (come accadeva con certe fotografie false che mostravano fatti non accaduti nella Comune parigina), bensì *sostituzione*. *Il problema non sono le fake news, che sono solo un segno atto coprire che tutto è un processo di simulazione generalizzato*. Nella misura in cui le nostre esistenze sono attraversate da un flusso di messaggi, e questi messaggi obbediscono a una necessità sistemica e alle regole di funzionamento del sistema mediatico, le esistenze si trovano a vivere in questa nuova realtà, a definire le proprie identità, i progetti, i modi di essere e di rapportarsi agli altri a partire da questa neorealtà.

Questo processo di semiotizzazione del mondo della vita produce una neorealtà perché modifica il nostro modo di rapportarci intenzionalmente alla realtà. Nell'essere nel mondo premediatico gli eventi diventano comprensibili – dunque possibilità d'azione che possiamo comprendere, significati che ci interpellano – solo nella misura in cui ne abbiamo una comprensione emotivamente connotata. Invece, il mezzo tecnico impedisce tutto questo, e alla comprensione emotivamente situata sostituisce – come condizione della ricettività – la reattività da un punto di vista soggettivo e la spettacolarità da un punto di vista sistemico. Di fatto, un movimento di opposizione, alternativo, può nascere oggi solo grazie a una spettacolarizzazione, e il fatto che il M5s sia nato a partire da Beppe Grillo non è un accidente, ma un dato sistemico, come lo è il modo di essere di Renzi o il successo di Berlusconi. *Qualcosa può raccogliere consenso solo accedendo alla visibilità, e per accedere alla visibilità mediatica deve essere spettacolare*, adeguarsi alla condizione di possibilità della fenomenicità mediatica, che diviene l'autentico trascendentale odierno. Di conseguenza, la neorealtà non è una cattiva riproduzione della realtà, ma una sua sostituzione, determinata dal procedimento tecnico stesso.

¹³ *Ibidem*, p. 141.

Cerchiamo di comprendere meglio questo punto con un esempio che può poi essere esteso a ogni altro evento mediatico e ai movimenti che mirano a un'alternativa.

Roger Silverstone racconta di un giovane programmatista che concorda con i diretti interessati (dei monaci) un documentario su un monastero, di cui cerca di riprodurre fedelmente la vita. La vita dei monaci rappresenta, dal punto di vista che qui è il nostro, *un'alternativa assoluta all'intero ordine capitalistico*, cioè un orizzonte di possibilità di azione alternativo, per cui il lavoro del giovane programmatista dovrebbe fare apparire nel flusso delle immagini un'alternativa radicale all'ordine dominante e a tutti i valori ad esso associati. Egli lavora bene, accumula chilometri di immagini e poi inizia la costruzione di una storia. Mentre la ricostruisce fotogramma per fotogramma – nota Silverstone –

«egli guarda una nuova realtà che emerge alle spalle di quella vecchia. [...] La traduzione è stata svolta in buona fede. Tuttavia, nel momento in cui i significati emersi oltrepassano la soglia che separa la vita e i media, nel momento in cui cambiano le priorità e la televisione (in questo caso) impone in modo innocente ma inevitabile le proprie forme di espressione e le proprie forme di lavoro, emerge una realtà mediata, che rompe la superficie di una gamma di esperienze e ne offre, imponendole, altre»¹⁴.

Il programma intende rappresentare fedelmente la realtà, ma il mezzo altera e tradisce la vita che intende rappresentare, la iscrive in un codice, fa emergere una realtà nuova in cui coloro che vengono rappresentati non si riconoscono, e soprattutto non fa apparire l'alternativa. Questo avviene perché la rappresentazione non è e non può essere un'immagine della vita del convento, ma *la sua trasformazione in segno*. La ragione è però semplice: da un lato il documentario non può riprodurre l'atmosfera al cui interno ciò che accade diviene comprensibile, cioè un mondo in cui gli esseri umani vivono, per cui le immagini non sono la rappresentazione di quel mondo, non esprimono il senso che risuona in esso, non sono immagini, ma diventano segni: i segni della "religiosità". Dall'altro, essi sono segni perché non suscitano una comprensione emotivamente situata, non fanno cioè apparire possibilità che, suscitando un'e-mozione, smuovono e dislocano l'esistenza, collocandola entro un altro ordine di possibilità. I segni si limitano a suscitare una reazione immediata, subito sostituita da altre immagini. In questo senso, la realtà, in contrasto con la simulazione, è data dal fatto che nella vita le possibilità emergono a partire da una comprensione emotivamente situata. Questa si oppone al codice, non può essere codificata, esiste solo in situazione, in una situazione assolutamente singolare e, proprio per questo, irriproducibile. E senza questa atmosfera non viene presentata la realtà originaria, ma un'altra realtà, quella che emerge da una nuova atmosfera: quella determinata dal palinsesto, dalla successività dei programmi etc.

I mass media, diffondendo i fatti, li distorcono, ma non perché i contenuti non siano ben rappresentati o perché li si voglia distorcere o si voglia dissimulare. Li sostituiscono *perché non possono riprodurre la comprensione emotivamente situata che caratterizza la realtà di quella situazione*. Questa potrebbe risultare comprensibile solo all'interno di un contesto di vita e del sistema di interazione ad esso relativo. In questo senso, se un'alternativa si sta delineando, essa lo fa fuori di ogni visibilità, ed è *alternativa sin quando e a condizione di non rendersi visibile*, cioè a condizione di impedire la sua trasformazione in segno. Se torniamo

¹⁴ R. SILVERSTONE, *Perché studiare i media?* (1999), trad. it. A. Manzato, Il Mulino, Bologna 2002, pp. 40-41.

al caso del giovane programmatista, notiamo che egli ha *respirato* quell'atmosfera, è entrato dentro l'apertura di senso che caratterizza il convento, ha *incontrato* quel mondo e le persone che lo abitano, ma ora non può riprodurlo e comunicarlo attraverso il mezzo tecnico e i suoi vincoli sistemici.

Così, riguardo alla pretesa dei mass media e del giornalismo di avere una funzione di realtà, cioè di controllare e smascherare ciò che la politica o l'economia tiene nascosto, di essere cani da guardia che permettono democrazia e sfera pubblica, diviene chiaro che la scoperta di scandali serve solo a *nascondere che tutto il sistema è un enorme scandalo, è violenza, prepotenza e arbitrio*. "Il fatto quotidiano" protegge il sistema meglio di qualsiasi altro giornale, poiché offre lo smascheramento solo come segno. I media *wachtdogs* sono essi stessi un segno, una connotazione sublime che si presenta come denotazione, che vuole dire che in realtà il sistema è buono, che funziona, poiché permette di scovare le mele marce. I media democratici sono il segno che mostra come l'élite sia capace di fare pulizia in casa propria, liberandosi della sua parte corrotta. In questo modo *naturalizza il potere stesso dell'élite*, genera un processo di immunizzazione del sistema, fa diventare ovvio che il potere appartiene a un'élite, fa diventare questa la realtà, e in questa maniera rende impensabile che la nozione stessa di élite sia violenza e corruzione.

È questo sistema di relazioni simboliche che la riduzione semiotica stermina, poiché l'apparire del simbolico innescherebbe la risposta, il contro-dono, l'innalzamento della posta in gioco, la ritorsione, il rilancio della sfida, *sino alla morte*. Innescherebbe l'alternativa, che non esiste se non di fronte alla morte, come rapporto alla morte. Invece, smascherando lo scandalo i media creano *il simulacro di un sistema capace di correggere se stesso*, l'immagine di un sistema che può modificare se stesso, mentre la violenza è dappertutto, nei concorsi pubblici, nella selezione, nell'impossibilità di ascesa sociale, nel disconoscimento.

È questa "realtà", cioè questa struttura di relazioni simboliche, di potere e di violenza che la riduzione semiotica deve annullare. Ora, la cosa centrale è che questo aspetto non riguarda un momento limitato della nostra esperienza, cioè quando stiamo davanti al televisore, ma investe la totalità della vita quotidiana. Tutto è reale: quello sguardo, quel maglione, quella situazione, proprio tutto. Ma tutto è inserito in un codice e diviene significante a partire dal codice: *l'oggetto viene diffuso reinterpretato*¹⁵. I media combinano elementi dell'esperienza codificandoli all'interno di un sistema di rimandi non tra possibilità di azione, ma tra segni, e dunque simulano la realtà, creano una nuova realtà, la quale assume la forza della realtà, cioè produce effetti.

Così, la canottiera di Bossi mentre passeggia con Berlusconi non importa che sia stata indossata intenzionalmente, per ingannare e dare il senso di appartenere al popolo, di vestire come veste il popolo. Quello che conta è che appena l'immagine viene diffusa dalle TV la canottiera diventa un segno, viene interpretata a partire da quel codice, e la maniera in cui Bossi viene esperito è determinata da quel codice: ed è solo a partire da quel codice che l'evento è evento.

Il codice diventa la maniera in cui configuriamo la nostra vita quotidiana, per cui questa accade come copia di un modello: così, se abbiamo perso il lavoro, questo evento viene vissuto a partire da ciò che abbiamo sentito attraverso i media: "c'è la crisi!". Della

¹⁵ J. BAUDRILLARD, *La società dei consumi*, ed. cit., p. 143.

crisi non sappiamo niente, se non attraverso la TV, ma diventa il modo in cui incontriamo i fatti e li interpretiamo, tessendoli all'interno di un racconto. Oppure, certe emozioni le interpretiamo a partire da ciò che leggiamo, sentiamo. Il principio è sempre lo stesso: *scampoli di vissuto vengono organizzati a partire da un modello*, il quale è generato automaticamente dal codice. Quel malessere senza nome, oscuro, viene "letto" a partire dal codice, e diviene proprio ciò che il codice prescrive (il disturbo x). In un'altra lettura sarebbe "alienazione", in questa "ho un problema psichico", "repressione sessuale", "depressione" etc. Il modello produce la realtà vera perché tesse scampoli di vissuto e perché determina il modo in cui esperiamo noi stessi, e così facendo è "causa", è *Wirklichkeit*, genera azioni del tutto reali: questo è il simulacro.

È un simulacro perché esso, presentandosi come realtà, deve ridurre la relazione simbolica, il suo carattere unico, irripetibile, innominabile. La realtà serve qui a ridurre l'unicità dell'esistenza. Il referente – la "realtà" a cui il segno allude – non è esterno al flusso dei messaggi, ma prodotto dai nessi che i segni intrattengono *tra* di loro, e il modo in cui essi si combinano tra di essi capta e struttura scampoli di vissuto, che viene significato entro queste articolazioni di rimandi semiotici, sicché il vissuto viene esperito semioticamente. Ma come esperiamo è la nostra vita, è la nostra realtà. È una iperrealtà perché non sapremo mai se la nostra simulazione non sia la realtà, a meno che un'altra simulazione non la scaldi. Infatti, nel momento in cui stai simulando non lo puoi sapere, altrimenti staresti già fuori dalla simulazione, e staresti solo operando una contraffazione. Dunque, *la simulazione non è una contraffazione della realtà: è produzione di realtà*.

Questo aspetto possiamo dettagliarlo meglio. Sento un disagio, la simulazione (attraverso un film per esempio) mi permette di interpretarlo in un certo modo. E questa interpretazione diviene la "realtà": sono infelice perché non ho questo, perché il mio rapporto di coppia non è così (cioè secondo il codice), e in questo modo, semiotizzato, si perde l'unicità, che è *il criterio di realtà non mediatizzata*, il fatto che quel malessere mi costituisce. *Il simulacro è tale perché maschera la perdita del simbolico, dell'unicità*. Credo che sia la vera realtà del mio essere quella che è solo una conseguenza della riduzione della relazione simbolica. Il simulacro sorge in quanto ciò che è vissuto simbolicamente viene trasformato *in immagine semiotica*. Così, un disagio è immediatamente codificato come segno di debolezza, di essere un *looser* etc., e questo simulacro produce effetti, cioè comportamenti: diventa un vissuto. *Il segno che interpreta il vissuto produce il vissuto*, in un rapporto di feedback tipico delle macchine cibernetiche.

Il codice, dunque, trasforma la struttura della comunicazione perché iscrive l'accadere in un modello. Per questo, *all'interno del codice non vi sono immagini, ma segni*. Quando un filmato scorre sullo schermo noi non siamo in presenza di un'immagine che raffigura un evento esterno. Pertanto, sarebbe errato dire che la caratteristica del simulacro è che esso "tenta di rassomigliare al reale, di realizzarlo, di esplicitare ciò che in esso è solo implicito e di renderlo esplicito". Quando vediamo un fabbro afgano in TV non vediamo un'immagine, ma un segno, per così dire l'"afghanistanità", una connotazione. Il suo essere senza denti, i suoi racconti, tutto diventa connotazione. *I mass media, dunque, ci avvicinano il fabbro afgano come segno, ma ce lo rendono estraneo come essere irriducibile e unico*: esso sta per altro.

Pertanto, non è vero che i mass media rendono possibile il villaggio globale: essi creano la simulazione di un villaggio globale, il villaggio globale come sistema di segni

governato da un codice. Essi creano *una globalizzazione dei segni senza una globalizzazione della socialità come struttura di relazione*. Creano una circolazione globale dei segni che sostituisce e sta al posto di una globalizzazione che non c'è. Non producono una globalizzazione come vicinanza, perché la vicinanza e l'incontro sono simulati, mediati da segni e ridotti a circolazione di segni.

E tuttavia, l'alternativa è sempre all'opera, perché se i segni vengono prodotti, essi devono essere decodificati, usati, innestati, e nella decodifica il segno viene estratto dal flusso, deve essere appropriato da un'esistenza unica e irriducibile, che si rapporta a altre esistenze uniche e irriducibile, in una relazione in cui una delle due esistenze vedrà morire l'altra. Il codice semiotico stesso in questo caso viene assorbito dal simbolico. In altri termini, per dirla con De Certeau,

«l'analisi delle immagini diffuse dalla televisione (rappresentazioni) e della quantità di tempo passata davanti allo schermo (comportamento) dev'essere completata dallo studio di ciò che il consumatore culturale "fabbrica" durante queste ore e con queste immagini»¹⁶.

Qui, forse, il semiotico stesso deve innestarsi e farsi alterare dal simbolico. Qui inizia un'altra politica, fuori da ogni visibilità, nel segreto. La differenza possiamo tracciarla così: un'azione può mirare a produrre effetti in quanto azione, e in questo caso lo scambio è simbolico, avviene nel segreto, cerca di sfuggire alla rappresentazione, ma può *mirare a produrre effetti in quanto viene rappresentata*, ed in questo caso deve entrare nell'universo semiotico, la lotta deve divenire semiotica, *sul piano della maggior visibilità possibile*, e dunque entrare nella logica del codice. Nell'ordine del simbolico, invece, la sua fenomenalità è dell'ordine della negazione, essa non può farsi spazio se non sottraendosi all'ordine dei segni, rifiutandosi di divenire il segno dell'"alternativa". L'alternativa non può presentarsi entro l'ordine del codice: può solo lavorare eternamente nel segreto, usando lo stesso codice per altri fini, oppure fenomenizzarsi sulle ceneri di ogni codice. Ogni alternativa che cerca di affermarsi attraverso la visibilità cessa di essere alternativa, viene incorporata e diviene segno. *Nella visibilità c'è spazio solo per il simulacro dell'alternativa*.

¹⁶ M. DE CERTEAU, *L'invenzione del quotidiano* (1990), trad. it. F. Baccianini, Edizioni Lavoro, Roma 2010, p. 7.