

La teoria dei media e l'immaginario.

Uno studio a partire da Edgar Morin

di Tito Vagni*

Abstract

Il saggio propone lo studio di alcuni concetti essenziali della teoria di Edgar Morin su cinema e industria culturale, attraverso i quali è possibile giungere a una nozione di immaginario come fenomeno comunicativo, e quindi come terreno di studio privilegiato della teoria dei media.

cinematografo | divi | esperienza | immersione | industria culturale | teoria dei media

The paper proposes the study of some fundamental concepts of the theory of Edgar Morin about film and cultural industry, to arrive to a notion of imaginary as a communicative phenomenon, therefore as a privileged domain of study of media theory.

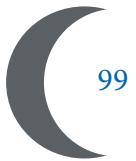
cinema | star | experience | immersion | cultural industry | media theory

Nella pancia dell'immaginario

Questo saggio vuole indagare l'idea di immaginario dal punto di vista della teoria dei media, proponendo una riflessione che non esaurisce lo spettro delle possibili declinazioni del termine, ma ne circoscrive la potenza e la portata all'interno dei fenomeni comunicativi.

L'idea che tra la teoria dei media e l'immaginario esista uno strettissimo legame è stata formalizzata da Alberto Abruzzese (2011) secondo il quale la mediologia, in quanto disciplina dei territori immateriali nati dai mezzi di comunicazione, può fornire l'apparato teorico e metodologico per

* Tito Vagni ha conseguito il dottorato di ricerca in Sociologia presso l'Université Paris Descartes – Sorbonne e in Comunicazione e nuove tecnologie presso la Libera Università di Lingue e Comunicazione IULM, dove collabora con la cattedra di Sociologia dei processi culturali. Svolge attività di ricerca presso il *Centre d'étude sur l'actuel et le quotidien* (CeaQ). Si occupa di teoria dei media e di sociologia dell'immaginario e della vita quotidiana. Tra le sue pubblicazioni: *Comunicazione come consumo. Teoria, modelli e pratiche nello studio dei media* (Bevivino, Milano, 2012). tito.vagni@ceaq-sorbonne.org.



decifrare i meccanismi di funzionamento dell'immaginario. A patto però che il ricercatore, attraverso questi strumenti, sia disposto ad accettare la natura temporanea e labile dei confini dell'oggetto e il suo specifico stato di mutamento, così come la precarietà degli strumenti gnoseologici che ha acquisito nei suoi studi.

L'immaginario è per Abruzzese «una macchina che produce esclusivamente se stessa, il materiale di se stessa, il mezzo di produzione di se stessa e l'intelligenza di se stessa; con se stessa e per se stessa desidera, copula e si rigenera. Una macchina, dunque, nel senso surrealista di *macchina celibe*» (2011, p. 52). Tale descrizione ricorda da vicino le teorizzazioni sul concetto di *comune* elaborate Michael Hardt e Toni Negri (2005). Secondo questi autori, il soggetto storico del tempo presente non è più la classe sociale ma la moltitudine: delle singolarità tenute insieme non già dalla condivisione di una stessa condizione socioeconomica, ma dalla dipendenza dal comune: una forma antropomorfa d'intelligenza collettiva rappresentata dal sapere, dagli affetti, dalla cultura, che resta un valore imponderabile, ma indispensabile agli uomini per il ciclo inesauribile di produzione e consumo. Il comune è una sorta di liquido amniotico senza il quale l'uomo, come un corpo allo stato fetale, non riuscirebbe a vivere perché privato dell'unità produttiva fondamentale: la relazione con il mondo, presente e passato. Le molteplici relazioni che si stabiliscono tra gli uomini e tra quest'ultimi, gli oggetti e le macchine sono quindi alla base dell'idea di comune diffusa oggi nell'ambito della filosofia politica. Allo stesso modo, ma su un versante prettamente culturologico, nell'analisi abruzzese, l'immaginario è «un apparato dissipatore, accumula per sprecare. Si riproduce per mutare di forma e luogo, non è terra e neppure cielo, non lavoro concreto e neppure lavoro astratto: è un territorio che l'esperienza umana abita più o meno sempre marginalmente, ai bordi. In superficie. L'umanità non lo possiede ma ne è posseduta, senza poter avere piena cognizione di questa possessione» (*ivi*, p. 54). L'immaginario è una presenza costante nell'esperienza umana, su di essa esercita una forza di difficile percezione, perché le sue figure sono talmente connaturate alla vita da essere conside-



rate elementi naturali del paesaggio culturale. Tale pressione non irretisce però l'esperienza all'interno di uno schema dettato dall'industria culturale, perché la condizione di esistenza dell'immaginario è quella dell'eterno movimento e dunque del suo costante rinnovamento. L'immaginario cambia forma e sostanza nel tempo e in relazione ai mezzi di comunicazione che lo supportano. Fotografia, cinema, televisione, sono apparati che favoriscono capacità immaginative non solo differenti, ma alternative, perché fortemente impressionate dai meccanismi di funzionamento di ogni *medium*. Come scrive Marshall McLuhan: «il complesso dei sensi estesi nei diversi linguaggi degli uomini può variare come gli stili dell'arte e dell'abbigliamento. Ogni madre lingua insegna a chi se ne serve un modo di vedere e sentire il mondo, e di agire in esso, praticamente unico» (1997, p. 90).

Il tratto comune di questi linguaggi è, invece, la loro natura immersiva. La facoltà percettiva non è demandata alla vista, come accadeva nei media della scrittura, ma alla sensazione. Essi danno luogo a un'esperienza sinestetica che rende molto più chiara l'articolazione della vita su dimensioni complementari. Piuttosto che separare e contrapporre, i media moderni hanno storicamente tentato di rendere sempre più flebile la linea di demarcazione tra realtà e rappresentazione, con l'intento d'innestare la dimensione immaginaria all'interno di quella materiale.

Dal cinematografo Lumière al cinema

La primogenitura di questo modo di intendere l'immaginario è attribuibile a Edgar Morin. Il sociologo francese ha dedicato il primo scorcio della propria indagine scientifica allo studio dei fenomeni legati all'industria culturale, dando alle stampe, tra il 1956 e il 1963, tre libri d'importanza capitale per la riflessione sull'immaginario: *Le cinéma ou l'homme imaginaire* (1956), *Les Stars* (1957), *L'esprit du temps* (1962). Uno degli elementi di maggiore interesse per delineare il concetto di immaginario del sociologo francese lo si trova all'interno de *Le cinéma ou l'homme imaginaire*, ed è la distinzione tra cinematografo e cinema. Per poter arrivare a tale dicotomia, egli ripercorre



la storia delle fasi aurorali del cinematografo, dalla sua nascita, fatta risalire formalmente al 28 dicembre 1895, in occasione della prima proiezione dei fratelli Lumière, fino ai primissimi anni del secondo dopoguerra. Puntando lo sguardo sulle prime proiezioni cinematografiche, Morin identifica la nascita di un nuovo *medium* in cui rintraccia delle caratteristiche affini a quelle della fotografia, che supererà in maniera sostanziale. Il cinematografo Lumière è in grado di riprodurre la realtà come era accaduto alla fotografia, ma rispetto alla *materialità* di quest'ultima esso è in grado di fornire l'impressione della *corporeità* grazie alla successione dei fotogrammi. In alcune pagine molto chiare, Morin descrive in maniera puntuale le differenze tra i due media: «la proiezione offre un'immagine che può ingrandirsi alle dimensioni di una sala, laddove la fotografia ha potuto ridursi a formato tascabile. La fotografia non può dissociare l'immagine dalla sua base materiale di carta o cartone. L'immagine proiettata sullo schermo è smaterializzata, impalpabile, fugace. La fotografia si indirizza prima di tutto all'utilizzazione e al consumo privato. Il cinematografo s'indirizza, prima di tutto, allo spettacolo collettivo» (Morin, 1962, p. 48).

Un elemento di contatto tra questi due media è la capacità di riprodurre un doppio, che Morin definisce nativo, accomunando l'esperienza fotografica e cinematografica alla scoperta che il bambino fa di se stesso davanti allo specchio o che il primitivo compie nel riflesso dell'acqua.

Ritornando alla distinzione proposta sopra, secondo Morin il cinema nasce grazie al lavoro di Geogers Méliès. Il suo merito maggiore è quello di aver abbinato al cinematografo (il *medium*) una regia (il linguaggio) realizzata attraverso il trucco, la magia e il fantastico. Quello che fa Méliès è scrivere la grammatica del cinema inventando i primi piani, le dissolvenze, le sovrapposizioni d'immagini. Ecco dunque che attraverso dei giochi di prestigio vengono creati un linguaggio e un'arte nuovi. Morin scrive: «se torniamo a Méliès, cioè al passaggio dal cinema al cinematografo, non soltanto troviamo la prestigiazione (trucco) come base dei suoi films e lo spettacolo fantastico come risultato, ma scopriamo che il primo trucco, che è lo stesso atto operatorio che avvia la trasformazione del cinematografo



in cinema, è una metamorfosi» (*ivi*, p. 73). Secondo il sociologo francese, il contributo essenziale di questo regista è l'aver fatto del cinema non più solamente lo specchio della realtà, ma il superamento dello specchio stesso attraverso la metamorfosi di tempo e spazio. La riconfigurazione di queste due coordinate operata dal cinema dà luogo all'immaginario, ovvero il punto d'intersezione tra immagine e immaginazione, definito anche come "pratica magica spontanea dello spirito che sogna" (*ivi*, p. 101). Il montaggio disarticola lo spazio attraverso l'ubiquità della macchina da presa che moltiplica le potenzialità dello sguardo emancipandole dalla condizione biologica. Il tempo, invece, smette di essere ancorato alla dimensione sensibile per affrontare dilatazioni, compressioni, accelerazioni estranee all'esperienza quotidiana. La sensazione che ne deriva è quella della perdita dei riferimenti fisici dovuta all'assenza di limiti spaziali e, contestualmente, la sensazione di un tempo espanso, non più percepito come flusso – con un passato, un presente e un futuro – ma come un territorio che ospita contemporaneamente corpi e ombre, vita e morte, quello che non è più e ciò che non è ancora. Il cinema, attraverso la sua particolare tecnica comunicativa, coltiva le condizioni di possibilità per un'idea d'immaginario non più alternativa alla dimensione sensibile, ma sovrapposta ad essa, sebbene collocata in un altrove privo di riferimenti spazio-temporali.

L'emblema della capacità di duplicare la realtà si cristallizza nelle *star* che notoriamente hanno due vite, quella reale e quella che periodicamente assumono nei film in cui sono chiamate a recitare, ma che spesso finisce per soggiogare la vera anima dell'attore rendendolo, anche per ragioni contrattuali, vincolato a confondersi con il personaggio anche fuori dalla rappresentazione. Ciò si realizza, secondo Morin, perché il cinema è in grado di creare una *realtà altra* che si sovrappone a quella materiale. I divi non si aggirano come ombre o come spiriti in una dimensione ultraterrena, ma sembrano essere scesi sulla terra confondendosi e sovrapponendosi alla dimensione materiale. Il cinema appare quindi ambire a raggiungere una dimensione totale che avrà definitivamente compimento quando sarà in grado «di presentare personaggi a tutto tondo, colorati e forse odoranti,

quando questi personaggi si libereranno dallo schermo e dall'oscurità delle sale per andare a passeggiare sulle pubbliche piazze e negli appartamenti» (*ivi*, p. 58).

Le particolari modalità di fruizione del film all'interno della sala cinematografica sono l'altro elemento essenziale per l'analisi sull'immaginario. Secondo lo studioso francese, lo spettatore, non potendo interagire con le immagini del cinema ma potendosi esprimere esclusivamente attraverso consensi o dissensi formalizzati in alcuni, pochissimi, gesti consentiti nella sala, interiorizza le proprie emozioni che vengono amplificate dall'impossibilità di esternarle: «l'assenza di partecipazione pratica determina dunque un'intensa partecipazione affettiva: veri e propri transfert si determinano tra l'animo dello spettatore e lo spettacolo dello schermo» (*ivi*, p. 128). L'immobilità coatta dello spettatore corrisponde a un aumento dell'attività affettiva e di conseguenza sono favoriti fenomeni di proiezione-identificazione che per Morin rappresentano una caratteristica essenziale del cinema. Proiezione e identificazione sono due processi inscindibili che si verificano anche prescindendo dall'esperienza cinematografica, ma che, attraverso l'immagine filmica e le sue modalità di fruizione, assumono un alto valore nelle "sale oscure" e «quando i prestiggi dell'ombra e della duplicità si fondono sullo schermo bianco in una sala notturna, per lo spettatore, affondato nel suo alveolo, nomade chiuso a tutto, fuorché allo schermo, avviluppato nella doppia placenta di una comunità anonima e dell'oscurità, quando i canali dell'azione sono bloccati, s'aprono all'ora le chiuse catechizzate del mito, del sogno, della magia» (*ivi*, p. 130). La partecipazione affettiva prescinde dalla passione per un personaggio o per una storia; essa, piuttosto, è legata alle tecniche narrative del cinema e alle sue specifiche condizioni di fruizioni che spalancano al pubblico le porte dell'immaginario. L'elemento significativo di questa riflessione è la centralità attribuita al *medium*: rispetto al cinematografo, il cinema non è più il semplice riflesso del mondo, esso assume la capacità di perlustrare l'antropologia umana sostituendosi all'uomo nella capacità di vedere e di immaginare, e facendolo pone sullo stesso piano il sogno, l'irreale, l'immaginario, l'esperienza,



il ricordo. Il cinema riflette in questa maniera la complessità dello spirito umano, la sua attitudine a scorgere dietro alla pura fatticità una proiezione fantastica, frutto di sogni, frustrazioni e speranze. È il cinema secondo Morin a renderci evidente questo meccanismo e a rappresentarlo attraverso il suo funzionamento.

Le star

Come si è visto, i divi sono delle figure essenziali per l'analisi dell'immaginario del sociologo francese. In particolare, l'oggetto della sua analisi è il rapporto che s'instaura tra lo spettatore e le *star* del cinema. La chiave di lettura fornita da Morin può essere sintetizzabile in un concetto: la distanza. Il meccanismo che favorisce il processo di proiezione/identificazione è la distanza, declinata in modi e modalità molteplici, che si frappone tra il pubblico e i suoi eroi. Se pensiamo alla fruizione nella sala cinematografica, possiamo immediatamente cogliere la distanza che separa il pubblico dallo schermo, che riconduce ad altre forme di celebrazioni ritualizzate come quella religiosa, una lezione universitaria, un processo, etc. In queste situazioni lo spazio pubblico è organizzato in modo tale da separare simbolicamente e visivamente i protagonisti della scena, ponendoli su piani differenti in modo tale da attribuire loro ruoli e funzioni diverse. La distanza è dunque funzionale alla distinzione dei ruoli e, nel caso del cinema, alla mitopoiesi.

Rimanendo sempre concentrato sulla distanza, Morin descrive come il contatto, l'avvicinamento del divo e del pubblico, sia impossibile, finanche impensabile, anche nella vita quotidiana. I divi, infatti, abitano in zone precise della città, inaccessibili alla gente comune, non si confondono mai con la folla e l'unico contatto con le loro vite è mediato dallo schermo o dalle riviste patinate. Così, i *fans* hanno un unico modo per comunicare con queste divinità pagane, scrivere loro delle lettere. Morin ha studiato attentamente questi documenti, ricavando l'interessante osservazione che l'unico incontro possibile con le stelle del cinema può avvenire in un



mondo di sogno, in una dimensione onirica, quella in cui il cinema riesce a condurre lo spettatore attraverso la sua narrazione per immagini. Il divo è tale quando ha alcuni aspetti mitici. «Mito è un insieme di comportamenti e di situazioni immaginarie, che possono avere come protagonisti personaggi sovraumani, eroi o dei: si parla allora di mito di Ercole o di Apollo. Ma, volendo essere esatti, Ercole e Apollo sono soltanto gli eroi o gli dei di certi miti. Gli eroi sono a metà strada tra gli dei e i mortali; ambiscono alla condizione dei primi e aspirano nello stesso tempo a liberare i secondi dalla loro infinita miseria. Punto d'avanguardia dei mortali, l'eroe è un uomo sulla via di trasformarsi in divinità» (Morin, 1963, p. 39).

Quando si parla divo in termini mitici, si fa riferimento in primo luogo a un processo di divinizzazione che l'attore cinematografico subisce e che fa di lui l'idolo delle folle.

Secondo il sociologo francese, la storia del divismo ha avuto tre fasi. Gli attori dei *serial* a cavallo tra Ottocento e Novecento, sebbene siano molto apprezzati dal pubblico, non sono ancora dei divi, perché il loro nome è misconosciuto rispetto al personaggio che sono chiamati a interpretare. Solamente quando i ruoli interpretati da uno stesso attore si diversificano, pur presentando caratteri simili, esso si svincola dall'ingombro del suo personaggio, avviando un rapporto di co-determinazione che lo conduce alla celebrità. Questa è la condizione per la nascita dei primi divi. Il periodo di gestazione va dal 1914 al 1919, quando si afferma nella dimensione femminile un preciso canone estetico «bellezza, giovinezza, sex appeal», mentre in ambito maschile la figura del divo è ancora legata ai personaggi dei serial, dunque attori atletici e performanti. È l'inizio di un'epoca gloriosa che si protrarrà fino al 1931, sviluppando alcuni archetipi come la *femme fatale* o la vergine innocente. Al loro apogeo, sullo schermo, fa eco l'apogeo dell'esistenza mitico-reale dei divi hollywoodiani: «sublimi ed eccentrici, si costruiscono castelli pseudo feudali o dimore simili ad antichi templi, con piscine di marmo, serragli e ferrovie private» (*ivi*, p. 15). La morte di Rodolfo Valentino del 1926 e la crisi economica del '29 segnano la fine dell'epoca d'oro del divismo. Il pubblico del cinema deve essere allargato



a strati più ampi della popolazione e – come accadrà anche alla televisione con i programmi contenitore – si cerca di superare la divisione per generi, rendendo i film più complessi e le trame più intricate in modo che ciascuno possa riconoscersi in una porzione di racconto. In questo passaggio si determina un imborghesimento dell’immaginario cinematografico: «nato come spettacolo plebeo il cinema si era impadronito dei temi del romanzo d’appendice e del melodramma, nei quali si ritrovano, in una dimensione quasi fantastica, gli archetipi primi dell’immaginario: incontri providenziali, magia dei doppi (gemelli o sosia), avventure straordinarie, conflitti edipei con patrigno, matrigna e orfani, nascite misteriose, innocenza perseguita, morte propiziatoria dell’eroe. Realismo, psicologismo, *happy end* e umorismo rappresentano appunto la trasformazione borghese di questo immaginario» (*ivi*, p. 18).

Allo stesso tempo, l’immaginario borghese colonizza anche le masse popolari che accedono al «clima spirituale della borghesia», sviluppando il doppio desiderio di voler vivere i propri sogni e sognare la propria vita. Questo confine è molto labile e l’avvento del sonoro contribuisce a rafforzare uno stile realistico attraverso il quale si vorrebbe superare l’uso dei divi, ma tale risultato sarà impossibile da concretizzare a causa del valore economico e strategico che tali figure rappresentano per l’industria cinematografica. L’immaginario borghese non esalta, come succedeva in passato, la tragedia, ma si impressiona con l’ottimismo e dunque questa particolare fase cinematografica vede il trionfo dell’*happy end*, che assume la funzione di sollevare lo spettatore dalla difficoltà della propria condizione umana¹. Consentendo a degli “eroi simpatici” di raggiungere la felicità, scongiurando la fine tragica della loro esperienza, si tenta di semplificare il processo di proiezione-identificazione, ottenendo però il risultato di “smitizzare i divi”. L’immaginario degli anni Trenta viene così colonizzato dall’idea di felicità e di questo cambiamento stilistico risentono anche i divi

¹ Secondo Morin, l’influenza che la narrazione esercita sulle vite dei pubblici, favorendo, ad esempio, cambiamenti nello stato umorale, è indice dell’oggettività della dimensione immaginaria.

che affrontano una fase demitizzante, in cui alla bellezza ideale degli anni d'oro si preferisce una "bruttezza interessante". Decadono gli archetipi per far largo a dei *sub* archetipi più in sintonia con la realtà: scompare la *vamp* la cui bellezza oscura è incompatibile con l'etica borghese che invece predilige la "simpatica ragazza". Per tale ragione, molte *star* sono costrette a reinventare il proprio personaggio, come fa Marlène Dietrich ponendo il suo erotismo al servizio del suo grande cuore. I divi si moltiplicano e ai grandi dei del passato si sostituisce una pletora di eroi-dei.

Questi processi, che tendono a indebolire la forza immaginifica del divo e avvicinarlo alle dinamiche della vita quotidiana, non sono mai tanto radicali da annullarne la magia che lo sopraeleva rispetto alla condizione comune; piuttosto sono utili a moltiplicare i processi d'identificazione, dando luogo a quelle che Morin chiama "identificazioni polimorfe", attraverso le quali gli spettatori assorbono il mondo in loro stessi. La tensione tra spettatore e personaggio, tra divo ed eroe, non deve mai essere vinta da una delle due polarità, perché questo eliminerebbe la possibilità d'immedesimazione. Tale atteggiamento del pubblico viene evidenziato anche dalle parole di Francesco Alberoni (1963) secondo cui esso è alla ricerca di "mutualità", per tale ragione egli dissente da quanto scrive Morin a proposito del rapporto di "adorazione" che s'instaura tra il pubblico e le *star*. Al contrario, il sociologo italiano è convinto che lo spettatore ritenga indispensabile che il divo sia presente nel proprio campo ma che, allo stesso tempo, egli possa accedere al campo sociale del divo.

La reciprocità, effettivamente avvertita negli anni Trenta, subisce un salto qualitativo a partire dal decennio successivo, quando si afferma una nuova fase del fenomeno divistico in cui l'erotismo, comunicato specialmente attraverso i visi e gli abiti di scena, è la chiave per attrarre nuovo pubblico nelle sale. Questo è il tempo delle *good-bad-girl*, di cui Marilyn Monroe è l'esempio più sibillino: ragazze smaliziate e spesso invischiate in situazioni oscure che si scoprono però essere dotate di un grande cuore. Un divo per eccellenza della terza fase è James Dean che è allo stesso tempo modello e specchio dell'adolescenza statunitense di quegli anni. Egli



diviene dunque un mito bandiera, e per la prima volta il pubblico si sentirà legittimato a svincolarsi dal mero processo di identificazione, per imitare il proprio divo copiandone l'abbigliamento e l'acconciatura. Dean è un personaggio molto più televisivo che cinematografico, perché la sua vita testimonia di un avvicinamento quasi compiuto con l'esperienza terrena: «attraverso la morte, James Dean ritrova la dimenticata magia dei divi della grande epoca che, più prossimi agli dei che ai mortali, suscitavano un'adorazione isterica. Ma d'altro canto la sua morte dà autenticità a una vita che lo pone automaticamente tra i divi moderni, vicini ai mortali. Divi che sono modelli ed esempi, mentre quelli di un tempo erano ideali di sogno» (Morin, 1963, p. 133).

La distanza è dunque la chiave di letture che consente al divo di essere tale, di distinguersi eticamente ed esteticamente dall'uomo ordinario.

Il complesso d'immaginario e vita oltre il cinema

Il divo cinematografico è una figura anfibia, che abita contemporaneamente lo schermo e la strada. Anche da un punto di vista metodologico, puntare lo sguardo sulla sua natura e sulle sue evoluzioni potrebbe essere un buon metodo per testare la validità delle idee espresse da Morin. Ma, per quanto la sua storia, contestualmente alla storia del *medium*, lo abbia indebolito, avvicinandolo progressivamente all'uomo ordinario, questa comunione non si è mai riuscita a realizzare, perché la distanza sembra essere la *conditio* della sua esistenza, ciò che gli permette di distinguersi eticamente ed esteticamente dall'uomo ordinario. Dunque, da un lato il cinema è il primo importante passo per smettere di pensare l'immaginario come un momento degradato di un'esperienza autentica e iniziare a figurare una visione complessa della vita, una vita su più piani concentrici e non completamente separati. Piani che, solamente presi nel loro complesso, restituiscono l'immagine di una vita piena. Dall'altra, però, gli studi di Morin non esauriscono il problema, proprio perché il cinema non è mai riuscito completamente a raggiungere l'obiettivo della totalità.



Anche gli studiosi della scuola di Francoforte – con intenti assai diversi da quelli del sociologo francese – avevano intravisto nel cinema la possibilità di fondersi nella dimensione sensibile: «la vita – almeno tendenzialmente – non deve più potersi distinguere dal film sonoro. In quanto quest'ultimo, superando di gran lunga il teatro illusionistico, non lascia più alla fantasia e al pensiero degli spettatori alcuna dimensione in cui essi possano – sempre nell'ambito dell'opera cinematografica, ma liberi della costrizione dei suoi dati puntuali – spaziare e muoversi a proprio talento senza perdere il filo della narrazione, addestra le vittime del suo trattamento a identificarlo senz'altro e immediatamente con la realtà» (Adorno, Horkheimer, 2010, p. 133). L'effetto illusorio che Adorno e Horkheimer attribuiscono all'esperienza cinematografica – studiandola con i concetti benjaminiani di attenzione e abitudine – è il risultato del tentativo di far coincidere il mondo con la sala, di fare in modo che lo spettacolo proiettato sullo schermo comunichi direttamente con ciò che gli è all'esterno. Ma il cinema non possiede le caratteristiche tecniche che consentano tale percezione. La coincidenza di reale e di immaginario, d'illusione e vita, di arte e pubblico, trova la possibilità di compiersi solamente nel *medium* televisivo, in particolare quando, alla fine del XX secolo, l'intuizione del *reality show* consente alla tv di essere usata nel *modo giusto*. La peculiarità di questo nuovo genere è quella di sperimentare un tentativo sempre più coraggioso di superare le rigidità della scrittura, consentendo alla televisione di configurarsi come un linguaggio del sentire che immerge lo spettatore in una comunicazione che è tutt'uno con l'ambiente, e l'effetto di realtà è favorito dalla possibilità di seguire il flusso audiovisivo in maniera distratta, muovendosi nel proprio ambiente domestico, senza spezzare il legame con il *medium*, ma avendo sempre la percezione di una presenza. A ciò si aggiungono la serializzazione, che mima il movimento biologico, e la banalizzazione dei contenuti, che consente di non sentirsi mai escluso dal continuum narrativo. Il passaggio dal cinema alla televisione si configura come un'esplosione dello spettacolo nell'*interieur*, nella sfera privata dello spettatore, che muta il proprio *status* e non è più un occhio che guarda, ma



un corpo che sente, un corpo presente, che prende parte per il semplice fatto d'esserci. Lo spettacolo non deve essere più ricercato nelle situazioni pubbliche delle sale cinematografiche, assorbito dai corpi spettacolari delle *star*, ma raggiunge la moltitudine televisiva nel proprio ambiente domestico dove la televisione costituisce un rumore di fondo, uno sfondo, una presenza costante che non deve essere ricercata in maniera volontaria, ma si materializza con il semplice gesto dell'accensione. Anzi, tale azione meccanica si rende superflua perché la televisione diviene il *medium* della percezione, imponendo un monopolio sensoriale esercitato in maniera "spermatrice" (Maffesoli, 2012), ovvero depositando il proprio effetto in profondità, in modo tale che esso agisca sulle radici dell'umano, sulle strutture psichiche, abolendo il vano gesto dell'accensione, perché la vita ormai è contenuta nel *medium*. Non più la distanza, ma la prossimità è la caratteristica essenziale del *medium* televisivo, la possibilità dell'esserci, quella che consente di compiere ancora più nitidamente l'esperienza di una vita su più piani. È questo che rende la televisione capace di produrre mondi, facendo coincidere il vero, l'immaginario e il reale alla punta estrema del presente (Berger, 1977). Pur essendosi occupato solo marginalmente di televisione, Morin riesce a cogliere con largo anticipo la natura sempre più tecnologica e mediata della vita, osservando il proliferare di schermi e d'immagini: «un sistema di cristalli e di vetri, di schermi cinematografici e video televisivi, di porte vetrate e di appartamenti moderni, di plexiglass di pullman, di finestrini di aereo, qualcosa di sempre traslucido, trasparente o riflettente ci separa dalla realtà fisica [...]. Questa membrana invisibile ci isola e nello stesso tempo ci consente di vedere meglio e di sognare meglio, cioè anche di partecipare» (Morin, 2005, p. 99). Morin descrive, dunque, una società pienamente spettacolarizzata in cui i media acquisiscono sempre maggior importanza come produttori di mondi che in maniera inconscia prendono lentamente posto nelle nostre menti e in modo impetuoso danno forma alla nostra esperienza.



Riferimenti bibliografici

- Abruzzese A. (1995), *Lo splendore della tv. Origini e destino del linguaggio audiovisivo*, Costa & Nolan, Genova.
- Abruzzese A. (2001), *L'intelligenza del mondo. Fondamenti di storia e teoria dell'immaginario*, Meltemi, Roma.
- Abruzzese A. (2011), *Il crepuscolo dei barbari*, Bevivino Editore, Milano.
- Alberoni F. (1963), *L'élite senza potere. Ricerca sociologica sul divismo*, Vita e Pensiero, Milano.
- Andrejevic M. (2004), *Reality TV. The work of being watched*, Rowman & Littlefield Publishers, New York.
- Barile N., Vagni T. (2012), *Comunicazione come consumo*, Bevivino Editore, Milano.
- Barthes R. (1957), *Miti d'oggi* (1994), tr. it. Einaudi, Torino.
- Baudrillard J. (1995), *Il delitto perfetto. La televisione ha ucciso la realtà?* (1996), tr. it. Raffaello Cortina, Milano.
- Benjamin W. (1936), *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica* (2000), tr. it. Einaudi, Torino.
- Benjamin W. (1982), *I «passages» di Parigi* (2002), tr. it. Einaudi, Torino.
- Berger R. (1976), *La tele-fissione. Allarme alla televisione* (1977), tr. it. Edizioni Paoline, Roma.
- Brancato S. (2001), *Introduzione alla sociologia del cinema*, Luca Sossella Editore, Roma.
- Carmagnola F., Matera V. (2008), *Genealogie dell'immaginario*, UTET, Torino.
- Debord G. (1967), *La società dello spettacolo* (2002), tr. it. Baldini & Castoldi, Milano.
- DeLillo D. (1984), *Rumore bianco* (1999), tr. it. Einaudi, Torino.
- Hardt M., Negri T. (2004), *Moltitudine* (2004), tr. it. Rizzoli, Milano.
- Horkheimer M., Adorno T. (1956), *Dialettica dell'illuminismo* (2010), tr. it. Einaudi, Torino.
- Maffesoli M. (2000), *L'istante eterno. Il ritorno del tragico nel postmoderno* (2003), tr. it. Luca Sossella Editore, Roma.
- Maffesoli M. (2010), *Matrimonium. Breve trattato di ecosofia* (2012), tr. it. Bevivino Editore, Milano.



- May R. (1957), *Civiltà delle immagini. La tv e il cinema*, Edizioni 5 lune, Roma.
- McLuhan M. (1964), *Gli strumenti del comunicare* (1997), tr. it. Il Saggiatore, Milano.
- Miller T. (2010), *Television Studies. The basics*, Routledge, London.
- Missika J. L. (2006), *La fin de la television*, Seuil, Paris.
- Moretti F. (1987), *Il romanzo di formazione* (1999), tr. it. Einaudi, Torino.
- Morin E. (1956), *Il cinema o dell'immaginario* (1962), tr. it. Silva Editore, Milano.
- Morin E. (1957), *I divi* (1963); tr. it. Arnoldo Mondadori Editore, Milano.
- Morin E. (1962), *Lo spirito del tempo* (2005), tr. it. Meltemi, Roma.
- Morin E. (1984), *Sociologie*, Fayard, Paris.
- Perniola M. (1998), *Transiti. Filosofia e perversione*, Castelvecchi, Roma.
- Rafele A. (2010), *Figure della moda. Metropoli e riflessione mediologica tra Ottocento e Novecento*, Liguori, Napoli
- Simmel G. (1903), *Le metropoli e la vita dello spirito* (1995), tr. it. Armando, Roma.
- Williams R. (1974), *Televisione, tecnologia e forma culturale e altri scritti sulla tv* (2000), tr. it. Editori Riuniti, Roma.

