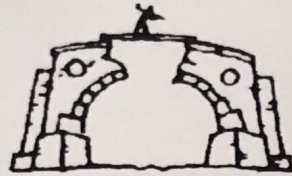


# IL PONTE

*Rivista di politica economia e cultura fondata da Piero Calamandrei*

Anno LXXIX n. 4-5



luglio-ottobre 2023

Piero Calamandrei **Ragioniamo (se ci riesce) di questa bomba** □  
Giancarlo Scarpari **La bolla mediatica** □ Marcello Rossi **Per una  
rifondazione socialista** □ Luca Baiada **Quali giudici della Repubblica  
per i crimini internazionali** □ Emiliano Brancaccio **Il tabù  
delle cause materiali della guerra** □ Gian Marco Minardi **Anatomi-  
a dell'impero russo**

Sergio D'Amaro **Leopardi e Pasolini. Viandanti della modernità  
e nostalgici dell'altrove** □ Alessandro Gaudio **Alberto Savinio, il  
romanzo e la tragedia dell'infanzia** □ Luca Lenzini **Il «quaderno  
delle presenze» di Paolo Maccari** □ Domenico Di Nuovo **La na-  
scita dei centri servizi culturali in Puglia** □ Elena Gurrieri **Aldo  
Palazzeschi, mentore e amico degli artisti europei del Novecento**  
□ Alex Borghi **Teismo**

Massimo Bonura **Zavattini, la letteratura fumettistica e le influen-  
ze cinematografiche** □ Alessandro Agostinelli **Il materiale della vi-  
sione. Sguardi sulla realtà: vero, falso, inerzia** □ Stefano Lucarelli  
**Oltre la scuola di Cambridge. Rileggendo Luigi Pasinetti**

## IL MATERIALE DELLA VISIONE. SGUARDI SULLA REALTÀ: VERO, FALSO, INERZIA

### *Premessa*

4 maggio 2023: la squadra di calcio del Napoli pareggia contro l'Udinese e vince il suo terzo scudetto di Serie A. Il giorno dopo la «Gazzetta dello Sport» inserisce in prima pagina un'immagine impossibile, in cui Maradona, morto a fine 2020, abbraccia il capocannoniere Osimhen, che esulta a Udine per la vittoria della propria squadra<sup>1</sup>. Si tratta del più vecchio trucco della stampa: il fotomontaggio. Anche un rapido sguardo, un'occhiata a questo falso, creato ad arte, riesce a emozionare gli sportivi e soprattutto i napoletani, che guardano il fotomontaggio e si commuovono sul serio: un falso produce un sentimento reale.

Qualche settimana prima il giornale «Trend Online» pubblicava un articolo dedicato al software Midjourney, un programma col quale è possibile «generare immagini a partire da descrizioni»<sup>2</sup>, cioè creare immagini in cui personaggi più o meno famosi sono situati in circostanze improbabili e comunque mai accadute: Trump che scappa mentre alcuni poliziotti lo rincorrono; Putin arrestato dalle forze dell'ordine; Papa Francesco con un abito dal cappuccio color oro, che inforca un paio di occhiali da sole e ascolta musica con una grande cuffia. Sono tutte foto non vere, prodotte dalla cosiddetta intelligenza artificiale<sup>3</sup>.

In questi casi si mostra possibile un evento non successo, attraverso un'immagine elaborata come prodotto di finzione: nel caso di Trump si estremizzano notizie di cronaca; nel caso di Putin si dà luogo a un desiderio dell'Occidente; nel caso di Francesco I si mostra alla moda un Papa molto popolare.

Nel settembre 2023 è uscito il film *Gran Turismo* del regista Neill Blomkamp, che racconta la storia vera del pilota britannico Jann Mardenborough, un ragazzo che è passato, attraverso una specie di contest, dal-

<sup>1</sup> «Gazzetta dello Sport», prima pagina, 5 maggio 2023.

<sup>2</sup> <https://www.trend-online.com/tecnologia/midjourney-cos-e-come-funziona/>

<sup>3</sup> Per una sintetica e adeguata trattazione generale della questione cfr. F. Rossi, *Il confine del futuro. Possiamo fidarci dell'intelligenza artificiale?*, Milano, Feltrinelli, 2019.

le corse virtuali in auto, svolte con un videogioco, alle corse reali tipo Le Mans, con vere macchine. In questo caso lo sguardo competente si forma virtualmente e deve mettersi alla prova concretamente: l'esercizio sulla piattaforma informatica virtuale instilla competenze concrete al giocatore, fino a farlo diventare un vero pilota di macchine da corsa che gareggia in competizioni reali.

Ma di cosa parliamo quando parliamo di finzionalizzazione delle immagini? E quale sguardo indotto tentano di instillarci le immagini, giocando con la "realtà"?

«Questa strana inerzia della macchina da presa, il suo rifiuto di lasciarsi coinvolgere nel dramma rende in modo palpabile lo scollamento di Cleo dal ruolo di serva fedele pronta a sacrificarsi», scrive il filosofo Slavoj Žižek, parlando del film *Roma* (2018) di Alfonso Cuarón, nell'articolo *Il film Roma è celebrato per le ragioni sbagliate*, apparso in Italia sul numero 1293 della rivista settimanale «Internazionale»<sup>4</sup>.

Nella frase citata la questione della macchina da presa "inerziale" non si riferisce in alcun modo allo specifico filmico, cioè – per semplificare – a questioni formali. A Žižek non sfiora mai l'idea che possa esistere un discorso che esula dal personaggio (dalla marcatura di una focalizzazione), in questo caso dalla serva di una famiglia borghese messicana, cioè un discorso che sfugga al contenuto (o che esista a prescindere). Eppure, ben oltre le classiche questioni classiste descritte dal filosofo sloveno, oggi siamo di fronte a una "inerzia" ben più globale e ben più totalizzante quando parliamo di immagini. È uno sguardo costruito a partire da dati esistenti o virtualmente reali, che fonda convincimenti superficiali e non necessita di un pronunciamento di coscienza, o ancora più artificiosamente di razionalità<sup>5</sup>.

## Finzione

Vorrei partire dai temi di finzione e realtà nel mondo delle immagini.

Una finzione si può considerare uno spostamento da un luogo ritenuto vero a un suo camuffamento, verso un altrove che sostituisce il dato reale. Ma oggi come possiamo sfuggire al momento reale, quando la nostra espe-

<sup>4</sup> Articolo originale apparso su «The Spectator», 22 febbraio 2019. Articolo con traduzione IT di Bruna Tortorella: <https://www.internazionale.it/opinione/slavoj-zizek/2019/02/22/roma-cuaron-oscar>

<sup>5</sup> «Non è banale la consapevolezza [...] del cinema come produttore di apparati immaginari. La nostra sfera cognitiva e la metodica delle nostre rappresentazioni del mondo passano attraverso ciò che più di tutto entra nella nostra mente attraverso le immagini, ciò che Bergson definiva "materia" e che [...] il filosofo americano McGinn [definisce il] problema della "mente-cinema", cioè la questione della struttura dell'immagine che il film costruisce», in A. Agostinelli, *David Lynch e il Grande Fratello*, Lecce, Besa, 2011, pp.11-12.

rienza è continuamente tracciata da briciole digitali che lasciamo costantemente dietro di noi? E questo mondo digitale è reale, o è piuttosto una porzione di realtà?

«Nulla sfugge, c'è sempre una videocamera da qualche parte», scriveva Jean Baudrillard, quando iniziò a concepire il concetto della «debole realtà della realtà»<sup>6</sup>. Tuttavia già Roland Barthes, venticinque anni prima, scrisse che da quando «tutto si è allontanato in una rappresentazione»<sup>7</sup> (intendendo per tutto non soltanto il settore dello spettacolo o della cultura, ma l'intero processo percettivo del reale) sembra banale sostenere che viviamo in tempo reale dentro uno spazio *virtuale*, oppure dentro o davanti a qualche schermo digitale. La nostra vita è ormai questo? Passo dopo passo dentro la virtualizzazione?

Invece di poterci illudere del vero e del falso, del bene e del male, del reale e dell'immaginario insieme, viviamo in una sorta di appannamento della critica, cioè in un'assenza di discernimento e di approfondimento di un fatto, di un concetto, di un'affermazione. L'a-criticismo digitale e pervasivo, la visione differita della realtà attraverso le estensioni della nostra quotidianità ci trascinano, appunto, verso l'illusione del né vero né falso (quindi anche né bene né male?), nella non-distinzione di reale o referenziale. Siamo in una specie di ricostruzione artificiale del mondo, dove si può pensare di godere di una immunità dal concreto.

Sembra che le cornici digitali dentro alle quali agiamo e alle quali affidiamo la nostra quotidianità siano piuttosto un «sempre altrove». La pervasiva e perdurante ricostruzione artificiale del mondo che operiamo ripetutamente è come se ci immunizzasse dal concreto, come un vaccino che ci «difende» dalla realtà. Eppure la realtà si manifesta costantemente<sup>8</sup>. Mentre ci allontaniamo da essa dentro alle cornici che immagazzinano mondi che noi stessi contribuiamo a produrre, il denaro e il suo valore<sup>9</sup>, la salute e il suo degrado, le relazioni e la loro contingenza ci dimostrano costantemente che la realtà esiste eccome.

Il 14 giugno 2023, nella frazione romana di Casal Palocco, un'automobile di grossa cilindrata, il suv Lamborghini Urus, piomba contro l'utilitaria Smart ForFour, causando un incidente in cui perde la vita un bambino di cinque anni, Manuel Proietti. Alla guida del suv c'era lo youtuber ventenne

<sup>6</sup> J. Baudrillard, *La scomparsa della realtà*, Bologna, Fausto Lupetti Editore, 2009.

<sup>7</sup> R. Barthes, *L'ovvio e l'ottuso*, Torino, Einaudi, 1985.

<sup>8</sup> «[...] nessuno è mai riuscito a dimostrare in maniera convincente che possiamo rinunciare all'idea di una realtà indipendente rispetto a noi, cioè all'idea di una realtà internamente strutturata già prima che la mente la concettualizzi [...] [e tuttavia] la realtà è inesauribilmente variegata», in M. De Caro, *Realtà*, Torino, Bollati Boringhieri, 2020, p. 16 e p. 116.

<sup>9</sup> A proposito cfr. J. R. Searle-M. Ferraris, *Il denaro e i suoi inganni*, Torino, Einaudi, 2018.

Matteo Di Pietro. Insieme a lui c'erano altri youtuber, gestori del canale YouTube *theborderline*, un gruppo di amici che postavano video su sfide legate a situazioni di "sopravvivenza", tutte riprese con gli smartphone e pubblicate sul canale: *Vivo 50h in una scatola di cartone*, *Sopravvivo 24h nella foresta*, *Vivo 50h in macchina*.

Non è chiaro se gli youtuber stessero svolgendo una delle loro *challenge*, cioè una sfida a bordo del suv, con riprese fatte per mezzo degli smartphone. Non si sa ancora se da quanto tempo fossero alla guida del suv e per quanto tempo ancora avrebbero dovuto muoversi con questa Lamborghini regolarmente noleggiata. Certamente l'euforia che si riscontra nei video disponibili sul canale *theborderline* lascia supporre che anche nel caso del passaggio da Casal Palocco ci fosse, all'interno del suv, il solito stato d'animo. E ciò che qui interessa riguarda l'uso delle immagini riprese in diretta, in azione, che servono a questi youtuber per raccogliere sul loro canale un maggior numero di iscritti e un numero alto di visualizzazione e commenti. Dal 14 giugno, data dell'incidente mortale, al 18 giugno, data in cui i titolari del canale YouTube *theborderline* hanno inserito un banner fisso, in cui dichiarano di interrompere per sempre la pubblicazione di video sul loro canale<sup>10</sup>, pare sia aumentato di parecchie decine di migliaia il numero dei loro utenti video.

Nel febbraio 2017, a Livorno, un ragazzino di 14 anni si è gettato dal 26° piano di un grattacielo ed è morto. È sicuro che abbia fatto le riprese di se stesso mentre si accingeva a salire fin sulla terrazza in cima al palazzo e addirittura sembra che lanciandosi si riprendesse con lo smartphone. Le indagini mossero subito sull'ipotesi se questo adolescente avesse partecipato all'*internet game* «Blue Whale Challenge»<sup>11</sup> (Sfida della balenottera azzurra)<sup>12</sup>, una sfida social progettata da Philipp Budeikin che, all'epoca del fatto di Livorno, aveva già fatto circa 200 morti suicidi in Russia<sup>13</sup>. Si entra in

<sup>10</sup> Ecco il testo del banner pubblicato il 18 giugno 2023: «I theborderline esprimo alla famiglia il massimo, sincero e più profondo dolore. Quanto accaduto ha lasciato tutti segnati con una profonda ferita, nulla potrà mai più essere come prima. L'idea di theborderline era quella di offrire ai giovani un intrattenimento con uno spirito sano. La tragedia accaduta è talmente profonda che rende per noi moralmente impossibile proseguire questo percorso. Pertanto il gruppo theborderline interrompe ogni attività con questo ultimo messaggio. Il nostro pensiero è solo per Manuel». <https://www.youtube.com/watch?v=lLs2siiVJeA>

<sup>11</sup> <https://www.treccani.it/enciclopedia/blue-whale/>

<sup>12</sup> Inizialmente questa ipotesi era stata avvalorata dalle prime testimonianze sulla dinamica del suicidio. Poi il dirigente della Squadra Mobile di Livorno, Giuseppe Testai, sembra aver negato che il ragazzo potesse essere la prima vittima italiana della piattaforma Blue Whale, come si evince dall'articolo su «La Nazione» del 7 marzo 2017: <https://www.quotidiano.net/cronaca/ragazzino-suicida-livorno-1.2947489>

<sup>13</sup> Un'analisi approfondita del fatto e del tema è apparsa il 25 marzo 2019, a firma di Massimo Bianco e Micol Trombetta sulla rivista online «Scienze Forensi»: <https://www.scienzeforensi.org/blog/?giovani-internauti-e-viaggi-senza-ritorno--il-fenomeno--blue-whale-challenge->

questa piattaforma e si devono seguire le istruzioni di un *master* che ordina atti autolesionistici e prove massacranti fino al 48° giorno, quando il partecipante deve mandare messaggi di saluto ai suoi amici più cari; il 50° giorno l'utente deve gettarsi dal punto più alto della città.

Pazzia. Depressione. Vitalismo. Disforia. Sovraeccitazione. Sfida. O tutto questo insieme. Il punto è che un "sistema virtuale" (cioè un gioco online) ha completamente assorbito la coscienza di quel ragazzo (di quei ragazzi) in misura tale da sostituirsi ai dati dell'esistenza, o meglio in misura tale da eterodirigere una coscienza.

Se usassimo categorie semiotiche novecentesche, legate ai temi della visione, potremmo dire che è come se questa persona fosse diventata un personaggio, o meglio «pura attività *percettiva* esercitata da [...] personaggio»<sup>14</sup>, indotta dal social game. Cioè, usando le categorie narratologiche, sarebbe una «focalizzazione interna»<sup>15</sup>.

Oppure, se guardassimo a tali manifestazioni di implicazione totale del corpo, attraverso la rivisitazione del pensiero di Merleau-Ponty in chiave postmoderna, potremmo definire questo coinvolgimento fino alla morte come «idee che non possiamo conoscere se non all'interno e per il tramite di una delle loro manifestazioni sensibili»<sup>16</sup>, come averne per una «esperienza carnale»<sup>17</sup>. Non è un caso che anche un autore come Frederic Jameson sostenga l'esperienza fisica del rapporto con le immagini, immagazzinate «interamente in sinapsi corporee che eludono il controllo della coscienza»<sup>18</sup>.

Ma forse dovremo rivedere alcuni concetti e, come diceva Jost, partire dalla convinzione che «la finzione e la realtà non si contrappongono come due blocchi impermeabili, ma come due territori collegati da luoghi di frontiera dove avviene lo scambio di procedimenti provenienti dall'uno e dall'altro, quali gli indizi di finzionalizzazione»<sup>19</sup>.

L'attualità ci sta mostrando molti esempi di confusione nella percezione di reale e virtuale: lo sguardo non è più nettamente a fuoco, ma opera in un costante avvicinamento/allontanamento dal reale attraverso i detriti virtuali. O per dirla in maniera più granitica: il reale è pervaso dal virtuale. *Blue Whale* è una piattaforma informatica semisegreta, ma facilmente raggiungibile, se un adolescente può cascarci dentro come in una spirale mortifera. Tuttavia, nel corso del tempo, la malinterpretazione di cinema, tv e social hanno fornito storie tragiche, indotte da direttive o suggerimenti "virtuali",

<sup>14</sup> L. Cuccu, *Dalla parte della visione*, in *Il discorso del film*, a cura di L. Cuccu-A. Sainati, Napoli-Roma, Edizioni Scientifiche Italiane, 1988, p.15.

<sup>15</sup> Parla di focalizzazioni per analizzare i testi letterari o filmici il narratologo francese G. Genette, *Figure III*, Torino, Einaudi, 1976, pp. 233-245.

<sup>16</sup> M. Carbone, *Kant, Merleau-Ponty e la passione per i veli*, in «aut aut», *La filosofia come sapere visuale*, n. 396, Milano, Il Saggiatore, dicembre 2022.

<sup>17</sup> M. Merleau-Ponty, *Il visibile e l'invisibile*, Milano, Bompiani, 1993, p. 165.

<sup>18</sup> In F. Jameson, *Firme del visibile*, Roma, Donzelli, 2003.

<sup>19</sup> F. Jost, *Realtà/Finzione*, Editrice il Castoro, 2003.

che rendono la questione un "problema" culturale e cognitivo con differenze sostanziali.

Per esempio, un caso derivato dal cinema è capitato dopo la visione del film horror *Scream*. Un ragazzo ha ucciso a coltellate una compagna di classe e, interrogato dalla polizia, ha confessato di voler provare quello che aveva visto fare tante volte nel film. Come se il film fosse un calco in movimento della verità.

Quindi due mezzi di comunicazione (un'applicazione informatica e un film) che suggeriscono solidi meccanismi di "obbedienza" e/o "suggestione". Ma qual è la peculiarità di questi dispositivi rispetto, per esempio, alla letteratura? Sì perché quasi due secoli fa anche il romanzo di Goethe *I dolori del giovane Werther*, si dice sia stato ispirazione di una serie di suicidi giovanili<sup>20</sup>. Quindi, dove stanno le specificità di ciascun mezzo? E perché oggi possiamo sostenere che non sia tutto riconducibile a uno stato di immedesimazione del lettore (per il romanzo), dello spettatore (per il film), del giocatore (per l'*internet game*)?

Credo si possa senz'altro comprendere che il romanzo e il film siano, nonostante tutto, due invenzioni artistiche e rispondano a un criterio di finzializzazione, mentre il gioco online è un sistema attivo che entra nella dimensione reale del giocatore e interagisce con il suo sistema di riferimento concreto e quotidiano. Esso opera dunque, una disintermediazione digitale.

Ancora Jost scrive, riguardo alla questione del film horror: «Non è il film a essere responsabile, ma il rapporto che si crea tra il ragazzo e il film. Senza dubbio egli non ha compreso lo statuto essenziale degli atti della finzione: a forza di sentir trattare le finzioni come mondi possibili, non ha capito che la finzione è un punto di vista ontologico radicalmente differente dal nostro mondo, anche se, in determinate circostanze, può ispirarsi a esso o assomigliargli»<sup>21</sup>.

Ma possiamo dire questo anche per l'applicazione informatica, cioè per *Blue Whale Challenge*?

Se la finzione è un altrove, in certi casi semplicemente sovrapponibile al dato reale, bisogna tentare di mostrare come essa modelli il suo aspetto sulla realtà, cioè come la finzione si faccia passare per realtà. In altre parole come il materiale visivo si allinei prima e si sostituisca poi «al livello della ripetizione-continuazione del reale»<sup>22</sup>.

Soprattutto quando tanti programmi e format tv o serie tv o docufiction rivendicano di parlare in nome del reale con tanta insistenza da convincere parte del pubblico di saper cogliere il reale meglio di qualsiasi documentario, al punto di giustificare l'uso di termini quali "telerealtà" o real tv. Ma,

<sup>20</sup> Tali informazioni sono presenti in G. Manacorda, *Materialismo e masochismo. Il Werther, Foscolo e Leopardi*, Firenze, La Nuova Italia, 1973.

<sup>21</sup> In E. Jost, op. cit., p. 46.

<sup>22</sup> L. Cuccu, op. cit., p.26.

dall'altro lato, anche come molti videogame operino l'esatto contrario, cioè modificano la percezione sulla realtà, in cui lo sguardo dell'utente/giocatore agisce nel mondo reale, pensando (o fingendo) di stare in un gioco.

Questi prodotti audiovisivi operano la stessa incauta "immedesimazione" che opera lo spettatore, agendo secondo quello che Jost chiama «scostamento minimo», cioè interpretare il mondo della finzione riportandolo più vicino possibile alla realtà. L'esempio del cambio di biancheria da parte di Cristina del Basso nell'edizione numero 9 del Grande Fratello è esemplare. Nella puntata in discussione si vede un'inquadratura totale di una stanza, con vari partecipanti al reality in piedi che chiacchierano. Poi si sente la voce di Cristina che si lamenta di doversi cambiare, cioè spogliare, di fronte a tutti. E trova una maniera che apparentemente sembra studiata per non farsi notare, mettendosi appartata sul letto, ma proprio sotto una telecamera e in verità pure in vista per le persone presenti nella camera. In sostanza la ragazza, che ha un gran seno, pone un tema, giocando maliziosamente sulla vergogna, ma mostrando a tutti il corpo procace<sup>23</sup>.

A un livello più classico di narrazione stanno la maggior parte delle serie tv delle varie piattaforme digitali, tipo Netflix, Amazon, Prime Video e altre. Riprendendo la lunghezza del vecchio sceneggiato televisivo (per esempio: *I promessi sposi*, *La Cittadella*, *Sandokan*, ecc.), ma utilizzando la libertà per lo spettatore di organizzare in autonomia tempi e modalità di visione, le serie tv attuali hanno successo proprio perché spalmano l'interesse dello spettatore lungo un lasso di tempo che allunga il piacere dell'immedesimazione nei personaggi, o l'attività passivo-energica dentro la storia da parte di chi guarda, attraverso la propria immaginazione. È un principio di piacere prolungato che metta al centro della storia il desiderio dello spettatore, un desiderio che non si diffonde con così tanta soddisfazione nel film per la sua brevità. Tanto meno nel film al cinema, perché non è casalingo. È cioè meno intimo.

### *Telecamere di sorveglianza e narratore inerziale*

Dall'altro lato c'è il mondo reale ripreso dalla fissità oggettiva delle videocamere di sorveglianza che spesso viene montato per rappresentare un tema, un problema, un sentimento.

C'è l'uso sociale per sicurezza di tali video montati. Per esempio un video

<sup>23</sup> Esempio tratto dalla trasmissione televisiva *Il Grande Fratello*, in onda sui canali Mediaset. «Tutti i partecipanti, scelti per vivere nella casa telecamerizzata [una sorta di moderno panopticon], sono stati veri come gli attori e falsi come le persone, cioè paradossali», in A. Agostinelli, *La Società del Giovanimento. Perché l'Occidente muore senza invecchiare*, Roma, Castelvecchi, 2004, p. 127.



dove si vede un pirata della strada in motorino che urta un pedone e lo fa cadere sulle strisce e scappa facendo inversione a U dal luogo dell'impatto. Oppure il servizio video di una televisione locale pugliese che, tramite immagini fornite dalle forze dell'ordine, fa vedere un delinquente che, per futili motivi, tira fuori una pistola in un bar di Molfetta e comincia a sparare a caso, per "mettere in scena" la sua prepotenza.

Questi due video, montati con immagini di videocamere di sorveglianza (la prima esterna su un incrocio, la seconda interna in un pubblico esercizio), sono stati prodotti per denunciare comportamenti antisociali pericolosi e offensivi nei confronti della vita di alcune persone coinvolte. Sono quindi video creati per uno scopo sociale. Potremmo definirle «immagini oggettive orientate», secondo l'intervento di un operator, cioè la fonte dell'immagine che Christian Metz chiama foyer<sup>24</sup>.

Poi c'è l'uso etico (per riflessione) di certi video di montaggio, come nel caso di un prodotto del Movimento Giovanile dei Salesiani: un lungo video che mette in mostra, sempre con immagini di varie telecamere di sicurezza, momenti buffi con animali domestici che danno amore e conforto alle persone anziane, bambini che fanno gesti di cortesia tra loro e tante altre situazioni affettuose e commoventi in cui si vuole mettere in mostra i buoni sentimenti delle persone e visualizzare le loro buone azioni quotidiane.

Ci sono, in definitiva, prodotti industriali televisivi di fiction che tendono al reale e ci sono montaggi di spezzoni di dati reali ripresi dalle videocamere di sorveglianza che tendono alla fiction, o almeno si qualificano come tale attraverso un montaggio narrativo.

Si gioca appunto sull'ambiguità di «scostamenti minimi». Per esempio il film *Zelig* e il film *The Blair Witch Project* o programmi tv come il *Grande Fratello* consistono nel far passare una disposizione più o meno intenzionale della realtà, cioè del profilmico, per un modo di essere del mondo. Cioè si fa come se la realtà venisse a impressionarsi direttamente sulla pellicola o nel file digitale, vale a dire fingere la registrazione di una realtà tale e quale. Vale a dire che, mentre nel cinema classico, anche quello d'autore o d'avanguardia, eravamo di fronte comunque a un soggetto vedente, cioè uno sguardo-soggetto; in questo tipo di docufilm o di reality show si tende a far passare l'operator, cioè la fonte dell'immagine, come in forma di sguardo-rappresentazione, cioè «uno sguardo che realizza la sua presenza nella funzione di asse, di centro relazionale dei tempi e degli spazi della scena e della sua dinamica»<sup>25</sup>. «In questa sovrabbondanza di immagini che investono i nostri spazi più intimi, la nostra vita privata – dice Augé – non solo si derealizza il mondo esterno, ma si problematizza anche il nostro rapporto con gli altri»<sup>26</sup>.

<sup>24</sup> C. Metz, *L'enunciazione impersonale o il luogo del film*, Napoli-Roma-Benevento-Milano, Edizioni Scientifiche Italiane, 1995, p. 179.

<sup>25</sup> L. Cuccu, op. cit., p. 27.

<sup>26</sup> M. Augé, *Disneyland e altri nonluoghi*, Torino, Bollati Boringhieri, 1999.

Viviamo dunque in una rappresentazione che muta e traspare continuamente dal reale al fittizio, attraverso il dispositivo tecnologico digitale. Viviamo un'epoca in cui i media ci fanno credere di essere strumenti di accesso al vissuto, mentre in realtà sono diventati portali che traducono continuamente il vivibile nell'accessibile, in rete. Sono potenti perché agiscono una clonazione del vissuto, non in quanto si sostituiscono all'esperienza, ma per il fatto che si pongono come condizione necessaria di essa.

A questo punto l'io è fissato al centro della narrazione e i media sono diventati «strumenti di costruzione della realtà», dice Schmidt<sup>27</sup>. Per questa strada non abbiamo bisogno dell'immaginazione di un autore per entrare in una finzione, perché possiamo tutti essere i protagonisti della nostra vita. Nel 1981, in largo anticipo sui nostri giorni, riflettendo sul cinema e non certo sulle app degli smartphone (non avrebbe potuto!), Jost (riferendosi alla categoria di «enunciato iconico») descriveva l'esistenza di racconti visivi senza narratore come un paradosso (rintracciabile però in certi film dell'epoca), scrivendo: «sono certo che la successione di immagini è capace di raccontare e che il racconto visivo esiste; e tuttavia non è sempre possibile dire chi racconta»<sup>28</sup>.

Oggi al centro del racconto, in tanti social o video game, c'è proprio il soggetto che guarda, cioè il destinatario-attore-giocatore del dispositivo.

Ma ci sono anche elementi totalmente estrinseci all'attività umana. Infatti, con ChatGPT (un chatbot basato su AI, cioè intelligenza artificiale e apprendimento automatico) possiamo addirittura, secondo dati immessi sulla piattaforma, lasciare che essa produca per noi un testo, qualunque esso serva sul momento: una lettera d'amore, un articolo di giornale, una poesia, una tesi di laurea, un romanzo, una preghiera, ecc. Ma anche immagini prodotte proprio dall'intelligenza artificiale.

Eccoci dunque al punto cruciale: assenza dell'autore, illusione di realtà.

Questo è un passaggio fondamentale per il concetto di narrazione inerziale<sup>29</sup>. E un altro elemento, che contribuisce al concetto, deriva dal nostro sguardo di spettatori, perché di fronte alle immagini in movimento, la nostra attività della visione è intermittente-selettiva e non onnisciente-oggettiva. Accanto a questo ultimo elemento cognitivo c'è un di più. Vale a dire che il mondo reale (anche per tutti noi che non vediamo fantasmi veri, dopo aver guardato il film horror *Paranormal Activity*) è comunque composto da un immaginario diffuso tramite cinema, tv, piattaforme digitali. Mi riferisco, per esempio, al fatto che il cow-boy nel film *Mulholland Drive* di David

<sup>27</sup> S. Schmidt, *Verso un'epistemologia dei media*, in *Pluriverso I.2001*, Firenze, La Nuova Italia, 2001.

<sup>28</sup> F. Jost, *Narrazione(i): al di qua e al di là*, in *Il discorso del film*, a cura di L. Cuccu-A. Sainati, Napoli-Roma, Edizioni Scientifiche Italiane, 1988, p.181.

<sup>29</sup> Categoria narratologica concepita e descritta in A. Agostinelli, *David Lynch e il Grande Fratello*, Lecce, Besa, 2011.

Lynch o al cow-boy nel film *Il grande Lebowski* dei fratelli Coen sono reali, almeno nella loro referenzialità alla cultura e all'idea che possediamo del cow-boy, in quanto «personaggio-ruolo»<sup>30</sup> (più che idealtipo) che fa parte del nostro immaginario, della nostra vita. Si tratta di operazioni cognitive collegate non soltanto a esperienze reali, ma a quelle mediate dalla cultura dello spettacolo.

Se poniamo tutto questo in relazione al fatto che le immagini ci coinvolgono e ci interpellano sempre più, è chiaro che la *realtà* vive in un territorio ampio e labile.

Come spettatori ci affidiamo alle narrazioni di falsa realtà (real tv, docufiction) per capire se siamo vivi con una certa misura di aderenza all'attualità, a ciò che definisce la nostra contemporaneità. Così usiamo i talent o i reality show per assumerci la speranza di un attimo di fama modesta<sup>31</sup>. In questi format, abitati da "personaggi reali", noi spettatori continuiamo a diegetizzare come in una fiction: direttamente e in maniera indotta.

Tutto deriva da una fonte dell'immagine di origine meccanica e ciò è sempre esistito, ma solitamente si camuffava nella storia narrata con un'origine creativa umana e un senso antropomorfo-centrico. Adesso l'immagine, in certi casi, sembra scaturire solo dalla macchina da presa.

La narrazione inerziale è l'incrocio di queste due origini (meccanica e antropomorfica), cioè l'autorialità (o soggetto dell'enunciazione) si avvicina alla videocamera di sorveglianza.

ALESSANDRO AGOSTINELLI

<sup>30</sup> Il sintagma "personaggio-ruolo" è descritto a proposito del cow-boy e del detective e anche di alcune star hollywoodiane nell'ampia trattazione sul film noir di A. Agostinelli, *Una filosofia del cinema americano. Individualismo e Noir*, Edizioni ETS, Pisa 2004. Ma anche, in maniera più puntuale all'argomento di questa narrazione, relativamente alla prima edizione (anno 2000) del Grande Fratello: "[...] i partecipanti sono stati personaggi-ruolo [che] Con le loro vite reali [...] pensavano di vivere davvero in proprio, come se avessero scelto autonomamente, ogni giorno il loro dire e fare, [mentre] non hanno fatto nient'altro che scandire i tempi narrativi preimpostati". In A. Agostinelli, *La Società del Giovanimento. Perché l'Occidente muore senza invecchiare*, Castelvechi, Roma 2004, p. 128.

<sup>31</sup> "La fama non è più gloria di gesta riportate da testimoni (storici o giornalisti sportivi che siano), non è leggenda articolata narrativamente dal cronista (si tratti delle storie su Gesù o Jim Morrison poco importa), non è la fortuna dell'autore scaturita dalla popolarità o dal valore delle sue opere [...]. Oggi la fama è soltanto esserci, essere dentro al luogo mediato/mediatico della 'realtà'. È una fama per procura che coinvolge tutti. La fama è quindi una condizione quotidiana e ansiogena, produce in se stessa i confini della propria estensione, chiude entro i suoi mezzi l'orizzonte della vita. [...] La fama modesta è il peso della contemporaneità, cioè dà corpo immobile a corpi umani altrimenti evanescenti perché soltanto reali e anonimi, in qualità di clienti, utenti, ospiti, pubblico, spettatori", in A. Agostinelli, *La Società del Giovanimento. Perché l'Occidente muore senza invecchiare*, Castelvechi, Roma 2004, pp. 124-125.