


Riviste
web



www.mulino.it/rivisteweb

Rivisteweb è l'archivio elettronico delle riviste del Mulino, per le quali:


- *gli enti* (istituzioni, società o biblioteche) possono sottoscrivere un **abbonamento integrato carta + on line**, che consente di avere accesso anche in rete all'annata per la quale si è sottoscritto un abbonamento cartaceo e – come *bonus* – all'archivio di quella precedente;
- *tutti* possono **acquistare on line i singoli articoli delle annate arretrate** dal 1997.

Le riviste comprese in **Rivisteweb** sono segnalate nei cataloghi e nel sito con il simbolo 

«PROBLEMI DELL'INFORMAZIONE»

esce quattro volte l'anno.

I prezzi per il 2011 sono i seguenti:

- un fascicolo costa €18,50
- abbonamento annuo solo carta:
per l'Italia, € 72,00 (€ 49,00 privati)
per l'estero, € 119,00 (€89,00 privati)
- abbonamento annuo carta + on line
 mono (solo per enti e società):
per l'Italia, € 88,50
per l'estero, € 135,50
- i fascicoli delle annate arretrate costano € 22,50

Per abbonarsi o per acquistare fascicoli arretrati rivolgersi alla Società editrice il Mulino
Strada Maggiore 37
40125 Bologna
tel. 051 256011 - fax 051 256041
diffusione@mulino.it

Gli abbonamenti possono essere sottoscritti tramite:

- versamento su conto corrente postale n. 15932403
- assegno bancario non trasferibile intestato alla Società editrice il Mulino
- carta di credito (Visa/Mastercard o American Express)

Gli abbonamenti decorrono dal gennaio di ciascun anno. Chi si abbona durante l'anno riceve i numeri arretrati.

Gli abbonamenti non disdetti entro il 31 dicembre si intendono rinnovati per l'anno successivo. I fascicoli non pervenuti devono essere reclamati esclusivamente entro 30 giorni dal ricevimento del fascicolo successivo. Decorso tale termine, si spediscono solo contro rimesa dell'importo.

Per cambio di indirizzo allegare alla comunicazione la targhetta-indirizzo dell'ultimo numero ricevuto.

Gli abbonati a «PROBLEMI DELL'INFORMAZIONE» godono di uno sconto del 15% su tutti i volumi pubblicati dal Mulino, indirizzando l'ordine direttamente all'editore e precisando la situazione di abbonato.

La rivista è in vendita nelle principali librerie italiane.

Poste Italiane s.p.a. – Spedizione in abbonamento postale – D.L. 353/2003 (conv. in L. 27/02/2004 n. 46) art. 1, comma 1, DCB Bologna.

PROBLEMI DELL'INFORMAZIONE

DIRETTORE

Angelo Agostini

REDAZIONE

Giovanni Cocconi
Luca De Biase
Claudio Giua
Sergio Maistrello
Andrea Miconi
Peppino Ortoleva
Carlo Sorrentino
Mario Tedeschini Lalli
Vittorio Zambardino

COORDINAMENTO REDAZIONALE

Giovanni Calore Cavazza

Direzione, redazione e amministrazione
il Mulino (settore riviste), Strada Maggiore, 37 40125 Bologna

e-mail direzione: angelo.agostini@iulm.it
indirizzo internet: <http://www.mulino.it>

problemi dell'informazione

Rivista trimestrale fondata da Paolo Murialdi
Anno XXXVI, n. 2/3, giugno/settembre 2011

prologo

Come cambiano i media?
di Gabriele Balbi, Andrea Miconi, Peppino Ortoleva..... 131

la ricerca storica e i media

Il passato è emergente
La storia come un problema della comunicazione
di John Durham Peters..... 137

Una storia della storia dei media
Mappa di una disciplina in formazione
di Gabriele Balbi..... 163

ripensare i media

Media
Riflessioni intorno a un concetto
di Peppino Ortoleva..... 193

Umanisticamente mediatici Applicare McLuhan, tra letteratura e comunicazione <i>di Elena Lamberti</i>	217
I tempi della cultura, gli strappi della tecnologia Note sull'evoluzione dei media <i>di Andrea Miconi</i>	237

esplorazioni e studi

Internet, il medium dei dilettanti? <i>di Patrice Flichy</i>	263
Dinamiche economiche e dinamiche socioculturali Il cambiamento dei media, il caso della televisione <i>di Giuseppe Richeri</i>	276
Alle origini del pubblico novecentesco Lo spettatore cinematografico nel dibattito italiano d'inizio secolo <i>di Silvio Alovizio</i>	300

epilogo

Reputazione, umanesimo e politica Qualche appunto <i>di Alberto Abruzzese</i>	315
---	-----

strumenti

Un percorso bibliografico nella storia dei media <i>di Gabriele Balbi</i>	339
--	-----

un po' di riflessione

Questo è un fascicolo come la rivista non vedeva più da alcuni anni. Questo è un numero monografico di teoria e storia dei media. Questo è un quaderno di ricerca pura. Era ora.

Per quanto riguarda la direzione, sono felice di avere trovato curatori e collaboratori che hanno contribuito a costruire uno sforzo di riflessione, come non se ne vedevano da tempo. Ringraziandoli, mi viene una piccola confessione. Avevo qualche timore (uso un eufemismo) a pilotare il ritorno di «Problemi dell'informazione» verso la teoria, verso la ricerca: una direzione un po' distante dal lavoro sulla professione giornalistica, che è stata la nostra linea guida negli ultimi anni. Da che cosa fossero originati i timori è facilmente intuibile. Non vale la pena scriverne.

Avevo, però, anche qualche speranza. Negli anni, e dal progetto originale di Paolo Murialdi ne sono oramai passati trentacinque, s'è fatta una serie di passi avanti. Ne indico tre per dirlvi tutti.

Le scuole di giornalismo, contrariamente a ciò che scrive qualche autore anche in questo fascicolo, sono oggi una fucina vera di idee, riflessioni, analisi, spunti di ricerca, centri d'innovazione. Sono troppe, male organizzate, non hanno creato un ambiente comune di ricerca, studio e dibattito? Può essere, per carità. Nelle migliori, però, la regola è una e una sola: prestare attenzione a tutto quello che il futuro può disegnare nella vita professionale degli allievi, perché la scuola sia pronta a riceverlo e incardinarlo dentro i programmi d'insegnamento e lavoro. Traduzione? Studiare, studiare, studiare. Detto in altri termini: ricerca, valutazione, traduzione del nuovo (o del vecchio) in materiali trasmissibili a ragazzi che non hanno avuto il tempo di studiare tanto quanto hanno fatto i loro insegnanti.

Nei gruppi editoriali, di stampa, televisione o rete, i dipartimenti innovazione e sviluppo sono più o meno l'ultima ruota del carro. Ciò non toglie che chi ci lavora abbia oggi una sensibilità totalmente sconosciuta non solo trenta, ma anche venti o dieci anni fa per le questioni che, superficialmente chiamiamo di riflessione, oppure teoriche o, peggio ancora: accademiche. Scorrete l'elenco dei membri della redazione di questa rivista. Ne avrete un'idea. Non dico dell'accademia, non dico dell'Università, perché il mio statuto di professore me lo vieta. Certo è, tuttavia, che nella proliferazione dissennata dei corsi di laurea in comunicazione o affini è cresciuto nel tempo un numero (corpo professionale?) di ricercatori che hanno imparato a confrontarsi con i professionisti, hanno imparato lingue comprensibili non soltanto agli addetti ai lavori, hanno sviluppato un amore vero per i loro oggetti di ricerca, hanno creato una «koinè», che li mette in grado di dialogare oggi con chi esercita uno dei mille mestieri della comunicazione, parlando una lingua comune.

Sono tre esempi, soltanto tre punti, tra i molti che potrei citare. Sono sufficienti (per non dire dell'assenza totale della sfera politica da quest'ambito di riflessione), per potere salutare il ritorno massiccio della riflessione teorica sulle pagine di questa rivista.

Torno a ringraziare Gabriele Balbi, Andrea Miconi e Peppino Ortoleva, che si sono occupati di questo numero. Torno a ripetere ai lettori di «Problemi dell'informazione» che da quest'anno questa sarà la sinfonia loro proposta: numeri monografici sulla professione; numeri monografici di teoria, storia, ricerca; numeri monografici su grandi temi d'attualità. E in più, tutto quello che sarà sul sito da quest'autunno.

Mi preme tuttavia sottolineare un tratto, di assoluta continuità, con i caratteri fondanti di questa rivista. La storia.

Paolo Murialdi l'aveva fatto per vocazione. Noi lo facciamo per necessità. Non si dà considerazione dell'impatto dei media e del giornalismo sulla società fuori da una prospettiva storica. Le ragioni le trovate negli articoli di questo numero, nell'archivio della rivista, le troverete nei numeri che verranno. (a.a.)

Come cambiano i media?

di Gabriele Balbi, Andrea Miconi, Peppino Ortoleva

Questo numero di «Problemi dell'informazione» si interroga sulla fase di cambiamento che spesso sfida con la sua rapidità e con l'intrecciarsi dei processi le tradizionali categorie interpretative caratterizzanti i sistemi dei media contemporanei e raccoglie suggerimenti di categorie concettuali, metodologie, discipline e casi di studio che aiutino a comprendere meglio questo macro-fenomeno. L'innovazione tecnologica costante è ciò che sembra caratterizzare la contemporaneità e, più di tutti, il settore dei media. Questa fase induce a riconsiderare il significato stesso dei mezzi di comunicazione e del loro studio sia sul piano storico che su quello concettuale: per quanto concerne il primo aspetto, è oggi indispensabile chiedersi se si sia al cospetto di un salto di paradigma, come l'intensità del cambiamento lascerebbe supporre, oppure se la storia dei media passati induca a formulare delle ipotesi di continuità; sotto il profilo concettuale occorre invece interrogarsi sull'evoluzione del concetto stesso di medium e sulla stratificazione di significati che esso sembra assumere.

Potrà apparire sorprendente lo spazio che occupa, in un numero che si interroga soprattutto sul presente e sul futuro prossimo, la

storia dei media. La storia intesa non in quanto scienza del passato, ma in quanto scienza delle continuità e delle trasformazioni, dei processi e delle dinamiche si sta dimostrando una disciplina indispensabile per comprendere l'evoluzione e l'innovazione; pur provenendo non solo da autori e paesi diversi ma anche da ambiti disciplinari in origine differenti, ciascuno dei contributi qui raccolti dimostra di fatto come non si possa fare una ricerca sul cambiamento che non sia (anche) storica. Il numero propone allora un'ampia, diversificata e per molti aspetti inedita revisione della storia dei media, dei suoi metodi e concetti, del rapporto tra tecnologia e cultura, infine di alcune esplorazioni sul campo che aiutano a riconsiderare i metodi e concetti formulati.

Questo fascicolo di «Problemi dell'informazione» si può sostanzialmente suddividere in tre parti. Nella prima parte, due saggi introducono alcuni concetti metodologici e alcune riflessioni teoriche utili ad interpretare il cambiamento. Peppino Ortoleva s'interroga sull'effetto che la fase di cambiamento ha avuto sul concetto stesso di medium, individuando declinazioni possibili delle categorie di media e comunicazione finora sfuggite per l'ingannevole evidenza delle parole e proponendo un arricchimento della categoria che s'incetra sulle categorie di instabilità, spessore e frame. Elena Lamberti propone una riflessione su Marshall McLuhan: non l'ennesima, pretesa interpretazione autentica del suo complesso pensiero, ma un invito ad applicare McLuhan così come questi definiva il suo itinerario «applied Joyce». Un percorso che, proprio a partire da una delle novità strategiche introdotte da questo pensatore, il suo uso conoscitivo delle avanguardie, sottolinea l'apporto che, sul piano metodologico oltre che sul terreno delle categorie teoriche, la tradizione di ricerca letteraria può fornire ai media studies. Andrea Miconi prende invece in considerazione il rapporto tra tecnologia e cultura, in base a cui analizzare la dimensione temporale del cambiamento. Secondo la sua tesi, le tecnologie di rete producono degli strappi, dei veri e propri salti culturali, tanto che l'intera storia della comunicazione appare lacerata da una successione di rari cambiamenti drastici e «puntuazionali», che interrompono le fasi di continuità e di aggiustamento graduale delle strutture.

La seconda parte si confronta direttamente con la storia dei media nel suo sviluppo recente e con i suoi strumenti teorici e metodologici. Il saggio di Gabriele Balbi mira a fotografare lo stato dell'arte della disciplina (anche attraverso una ricca bibliografia che si è deciso di scorporare dal saggio a mo' di strumento di lavoro), ripercorrendone la storia internazionale e italiana, proponendone una definizione a cavallo tra storia e media studies, affermandone infine l'utilità per interpretare l'evoluzione dei media passati e presenti. Nel suo articolo John Durham Peters sottolinea che la conoscenza del passato è un tema centrale della comunicazione: il modo in cui si conserva, trasmette, interpreta il passato lo modifica continuamente o, in altri termini, non è solo il futuro a essere modellato dalle innovazioni tecnologiche, ma lo è anche il passato.

La terza parte è invece dedicata ai casi di studio e mira a rispondere a una domanda: ci sono fonti o tagli metodologici che la ricerca sul campo può fare emergere e che possono arricchire l'intera area dei media studies, interpretando il cambiamento contemporaneo? Patrice Flichy risponde approfondendo criticamente una categoria usata spesso nel dibattito sui nuovi media e sulla socialità in rete degli ultimi dieci quindici anni ma in modo relativamente a-problematico (quella del cosiddetto pro-am, professionista amatore), individuando con precisione le caratteristiche del tutto inedite rispetto ai produttori e in particolare agli artisti dei vecchi media: solitudine, formazione autodidatta, strumenti di lavori comuni a tutti, convenzioni comuni, pubblico di riferimento. Giuseppe Richeri rilegge la storia della televisione italiana concentrandosi principalmente sul suo impatto socio-economico. L'evoluzione del nuovo medium viene infatti considerata nei suoi rapporti sistemici con l'industria radio-elettrica, quella cinematografica e con il mercato pubblicitario, arrivando a individuare nella televisione sia un motore del cambiamento, sia, specie nel caso italiano, un elemento che ha contribuito alla fossilizzazione del sistema dei media. Silvio Alovisio, infine, riconsidera un campo di studi abbondantemente frequentato ma spesso soltanto sotto il profilo estetico: il cinema. In particolare, il dibattito sul nascente pubblico cinematografico e le rappresentazioni contemporanee

dell'influenza che il nuovo medium avrebbe sui suoi fruitori fa emergere le potenzialità del cinematografo come medium in grado di apportare nuove abitudini e nuove socialità.

Siamo lieti e onorati di chiudere il numero con l'ampia e personalissima riflessione di uno dei maestri della ricerca italiana sulla comunicazione e sui media, Alberto Abruzzese, che inserisce le sue considerazioni critiche sulle vicende dei media studies non solo nel nostro paese, ma in un quadro più ampio di considerazioni sulle scienze dell'uomo in questa fase storica.

Quali sono i risultati cui la riflessione contenuta in questa rivista porta? Dai casi di studio, a nostro avviso, emergono almeno tre aspetti di sicuro interesse per chi prenda in considerazione i media. In primo luogo, quale che sia il momento della storia in cui si producono cambiamenti di portata rivoluzionaria, essi sono sistemici e generalizzati; ovvero, da un lato, coinvolgono svariati settori della società e, dall'altro, per interpretarli occorre una spiegazione pluricausale e il più possibile multidisciplinare (peraltro due altri elementi fondanti della conoscenza storica). In secondo luogo, le rivoluzioni mediatiche hanno successo se comportano anche un cambiamento dal basso: gli spettatori del primo cinema, così come i prosumer di internet partecipano attivamente alla co-costruzione dei nuovi media, spesso riuscendo ad indirizzare l'innovazione. Infine, le storie e le riflessioni sui media qui analizzate fanno emergere la costante malleabilità dei media stessi, la loro instabilità, flessibilità interpretativa, predisposizione all'adattamento, evoluzione, involuzione. Sono i media ad essere nella loro stessa natura dei soggetti in costante cambiamento e la storia è indispensabile a individuare questo moto perpetuo degli atomi dei media.

Ma allora, in conclusione, in relazione alla fase di grandi trasformazioni che stiamo affrontando si può parlare di cambiamenti drastici o continuità, di vera e propria mutazione genetica o di semplice mutazione della pelle del serpente? Insomma, è un cambiamento come gli altri, o qualcosa di inedito, e più sostanziale? I contributi contenuti in questo numero sono tra loro contrastanti in questo senso, e forse la cosa è inevitabile. Alcuni sostengono che non si tratta di un cambiamento radicale perché la storia ci

insegna che le rivoluzioni mediatiche sono costanti così come i media sono in costante movimento, perché in fondo alcuni concetti sui media e dei media restano validi, perché il cambiamento è questione di prospettiva, di punto di osservazione. Altri invece ci ricordano che siamo al cospetto di una mutazione genetica perchè a mutare sono stati i paradigmi con cui abbiamo pensato la relazione tra l'uomo e il suo ambiente, perché le grandi rivoluzioni dei media (quale internet è, ad esempio) producono salti tecnico-culturali, perché infine emergono figure e modi d'uso inediti nella storia della comunicazione.

Metodologie e logiche disciplinari distinte ma convergenti e che nascono da una riflessione critica sulle categorie di più largo uso; tesi interpretative differenti e in alcuni punti anche contrastanti, che fanno però delle dinamiche di cambiamento un elemento centrale per interpretare i mezzi di comunicazione attuali e passati: crediamo che siano le premesse perché questo numero sia un contributo utile, e non destinato a rimanere senza echi, nel dibattito scientifico e professionale su questi temi.

Questo saggio è stato presentato per la prima volta durante una conferenza sulla storia della comunicazione svoltasi presso l'università della Pennsylvania nel dicembre 2006. Nel campus fondato da Benjamin Franklin, colui che fu al centro di due rivoluzioni del diciottesimo secolo, una scientifica inerente l'elettricità ed un'altra politica sul governo rappresentativo, non è stato difficile prendere in considerazione grandi domande su come la comunicazione abbia cambiato il mondo. Questo saggio affronta direttamente la questione del cambiamento nell'ambito della comunicazione mostrando che non è solo il futuro a essere modellato dalle innovazioni tecniche, ma lo è anche il passato. Per comprendere appieno i cambiamenti prodotti dai nuovi media, infatti, dobbiamo capire che la possibilità stessa di conoscere passato e futuro è legata alle pratiche di comunicazione. Questo articolo sostiene che dobbiamo comprendere le modalità radicali con cui i media costituiscono non solo il mondo nella sua conoscibilità, ma anche nella sua costituzione. I media, come infrastrutture dell'essere, possono essere visti come la fonte ultima di ogni cambiamento. La versione originale di questo articolo è stata pubblicata col titolo «History as a Communication Problem» in Zelizer, 2008. Ringrazio Samuel McCormick, Benjamin Peters, Peter Simonson e Geoffrey Winthrop-Young per il loro commento e per le loro correzioni molto utili.

Il passato è emergente

La storia come un problema della comunicazione

di John Durham Peters

Lo studio della storia della comunicazione è un fatto storicamente recente. Fino al tardo diciannovesimo secolo, nessuno pensava alla comunicazione come a una entità a se stante e distinta da altri domini quali il trasporto, l'editoria, lo scambio, il linguaggio o il discorso. La possibilità che esistesse un oggetto come la comunicazione e che questo avesse una propria storia è emersa negli studi storici e nell'economia politica del diciannovesimo secolo, grazie a figure quali Tocqueville e Guizot in Francia, Mill in Inghilterra, Knies e Schäffle in Germania. Due personaggi rappresentativi che, da un punto di vista sociologico, consolidarono questo lavoro all'inizio del ventesimo secolo furono Charles Horton Cooley negli Stati Uniti e Werner Sombart in Germania. La massima di Cooley secondo cui «il trasporto è fisico, la comunicazione è psichica» era solo una prima fermata nel lungo viaggio che portò il concetto di comunicazione dall'essere considerato un mezzo di trasporto materiale a uno metafisico (Peters, 2008). Negli anni Trenta del Novecento, alcuni abbozzi di storia della comunicazione si andavano delineando in pensatori quali Lewis Mumford, John Dewey, Edward Sapir, Walter Benjamin e i suoi

compagni di viaggio della Scuola di Francoforte; ma la figura prominente è probabilmente quella dello storico politico-economico canadese Harold Adams Innis (1894-1952), che dedicò gli ultimi anni della sua vita tragicamente interrotta dal cancro alla preparazione di una serie di saggi, libri e di un lungo manoscritto incompleto sulla storia della comunicazione. Avendo avviato la sua carriera con lo studio dei prodotti di base e avendola terminata con l'analisi dei media, il soggetto principale della ricerca di Innis è sempre stato il ruolo cruciale giocato dalle reti e dai materiali di scambio. Anch'egli ha contribuito a far transitare il concetto di comunicazione verso una direzione più simbolica.

Molti dei suoi colleghi parvero pensare che Innis fosse un po' matto nel posizionare i mezzi di comunicazione accanto a tradizionali elementi chiave della storia mondiale come la politica, il mercato, la guerra, la demografia e la cultura. Senza dubbio, Innis potrebbe sembrare un po' monomaniaco nella sua nuova chiave di lettura dell'origine e della caduta delle civiltà. Letta brutalmente, la scoperta di Innis che la tradizione orale, la pietra, l'argilla, il papiro, la pergamena e la carta producano ciascuno una vita sociale e politica differente e un tipo specifico d'archiviazione storica potrebbe sembrare banale. Letta più generosamente, Innis fece qualcosa in più che aggiungere un altro tema al repertorio dello storico. Una volta ammessa nello studio della storia, la comunicazione era un tema che minacciava – o prometteva – di rivoluzione l'intera disciplina. Come scrisse nel 1949, «La nostra conoscenza delle altre civiltà dipende in larga parte dalle caratteristiche dei media che esse utilizzavano, nella misura in cui queste caratteristiche si sono potute conservare o sono rimaste accessibili» (Innis, 1949). La nostra conoscenza del passato è una questione relativa ai media. Innis non inventò soltanto la storia dei media; egli scoprì anche i media della storia. Per Innis, la storia è un problema di comunicazione attraverso il tempo e lo spazio e ogni medium selettivamente trasmette, registra e rende possibile la scoperta. Ogni mezzo di comunicazione che appartiene alla storia – documenti, rovine, artefatti domestici, ossa, DNA, o qualsiasi cosa sia sopravvissuta al viaggio dal passato al presente – ha delle tendenze («bias») intrinseche. Gli

storici che studiano la lunga durata, ha osservato Innis, in genere sovrastimano i fattori religiosi e sottostimano quelli burocratici perchè i documenti che sopravvivono sono tipicamente concepiti da agenti che mirano alla conservazione temporale come saggi e preti, piuttosto che da agenti che badano al controllo spaziale come avvocati e mercanti. La scelta dell'argomento e del metodo, a priori, modifica la documentazione. Interpretare il passato non significa soltanto leggere il contenuto di un archivio storico, ma anche studiare la costituzione dell'archivio in sé. Un bias implicava non soltanto una potenziale minaccia all'oggettività: Innis aveva in mente la metafora tessile del taglio in diagonale. Lo storico necessariamente legge lungo la diagonale. Nella misura in cui riflettono sulla condizione delle loro stesse pratiche, gli storici sono necessariamente studiosi di comunicazione.

Gli studiosi di comunicazione hanno appena scandagliato le profondità della scrittura storica. Entrambi i campi di studio affrontano il problema metodologico dell'interpretazione in condizioni di distanza e di estraneità. Essi condividono un sorprendente vocabolario comune di fonti, archivi, significati e trasmissioni. Sebbene i media studies, in particolare, si siano focalizzati maggiormente sulla diffusione attraverso lo spazio, i media permettono anche la durata attraverso il tempo. La trasmissione e la registrazione, l'annichilimento dello spazio e del tempo, sono temi centrali per entrambi i campi. La registrazione è l'atto di iscrivere qualcosa in una forma duratura; la trasmissione è l'atto di inviare qualcosa di registrato attraverso un certo tipo di distanza, che sia spaziale o temporale; l'interpretazione, infine, è l'atto di ricezione del materiale trasmesso e della sua messa in opera nel presente. La ricerca storica è sempre una questione di triangolazione tra registrazione, trasmissione e interpretazione. In questo saggio propongo di esplorare la convergenza tra la filosofia della storia e la teoria della comunicazione con la speranza non solo di allargare la nostra visione su quello che la storia della comunicazione potrebbe essere, ma anche di facilitare la comprensione di quanto i problemi della comunicazione siano centrali per lo studio della storia. La storia della comunicazione non è solo un supplemento alla ricerca storica, ma è una sfida al modo in cui approcciamo la storia in sé.

Gli storici posseggono già un'acuta sensibilità per la questione della mediazione. Il loro lavoro consiste nella valutazione di documenti in termini di date, provenienza, autore, autenticità, tradizione e così via. Una delle prime domande che uno storico si pone di fronte a un documento non è «Cosa dice?», ma semmai «Com'è stato creato?» o, forse ancor di più, «Com'è finito qui?». Il solo fatto che esso (ancora) esista potrebbe rappresentare l'elemento maggiormente indicativo. Tutti gli storici sono studiosi dei media nel senso che essi devono leggere testi e oggetti in relazione ai loro processi di produzione e distribuzione. Il passato è costellato da un gap tra passato e presente ed è modellato dallo stesso processo storico che stiamo cercando di comprendere.

Gli storici, in altre parole, sono particolarmente attenti alle condizioni di codifica e decodifica («encoding» e «decoding»). Lo storico culturale Carlo Ginzburg parla di una semiotica della traccia e il filosofo Paul Ricoeur di un'ermeneutica della testimonianza. Entrambi gli stili d'interpretazione si focalizzano sulle questioni accessorie e le contingenze. L'uno guarda alle comparse e non alle star; l'altro ascolta non tanto il discorso, quanto i lapsus. Ginzburg e Ricoeur ci rendono consapevoli di una pratica forense comune che tiene in alta considerazione la prova circostanziale e gli indizi. Per uno storico dell'arte, il segno rivelatore che un dipinto è un falso si trova nel modo in cui vengono raffigurate le orecchie o le mani, non i volti. Per un giudice, la prova definitiva che determina ciò che è realmente accaduto in un reato può essere trovata nei dettagli che autenticano la veridicità della testimonianza di un testimone. Come nella storia di Sherlock Holmes, a volte la cosa più significativa è che il cane non abbia abbaiato (Ginzburg, 1990; Ricoeur, 1981). Storici dell'arte, giudici e investigatori condividono con gli storici l'abitudine di leggere nei documenti elementi non ovvi. Uno storico che dà un primo sguardo a vecchi documenti non andrà direttamente al loro «contenuto»; esaminerà la fonte, il faldone, l'ordine con cui gli elementi sono raccolti, le pieghe, eccetera. Gli storici della stampa possono trovare la rilegatura di un libro più interessante rispetto alle parole in esso contenute, così come uno storico delle epidemie di colera in Europa potrebbe essere più interessato a

fiutare i documenti per l'odore d'aceto (usato come disinfettante contro la malattia) che a leggerli nel senso tradizionale (Graffon, 2007). Il mezzo è il messaggio anche in storia.

È l'insolito che viene documentato. Questa è una massima (bias) cognitiva cara ai giornalisti: l'uomo morde il cane. Le fonti sono una conservazione degli eventi intrinsecamente fallace e parziale. Anche nel linguaggio comune, che può esser considerato come una sorta di documentazione orale delle azioni e dei pensieri, il rapporto tra ciò che costituisce il non-detto-ma-capito e quanto effettivamente è stato detto è enorme. Solo una parte minima di ciò che viene sottinteso in maniera generale è pronunciata distintamente in un discorso. Tutti i documenti devono fermarsi di fronte a un retroterra inesplorato.

Harold Garfinkel applica questa intuizione alle pratiche istituzionali di tenuta dei registri. Documenti come le cartelle cliniche, per esempio, non sono compilati con l'obiettivo di stilare un resoconto completo utile allo storico. Quelli che potrebbero apparire come documenti imperfetti per un outsider possono funzionare splendidamente per la routine istituzionale. Dal titolo di uno dei suoi lavori, ci sono «“buone” ragioni organizzative per “cattive” cartelle cliniche». Le cartelle psichiatriche non rivelano le modalità ordinarie d'interazione sociale in una clinica; anzi, essi le presuppongono (e quindi le nascondono). Considerate come specchi verosimili della realtà, le cartelle cliniche potrebbero sembrare distorte; per l'uso interno, però, fanno il loro lavoro (Garfinkel, 1967). Le parti più vitali delle informazioni spesso non sono registrate. C'è una economia cognitiva, una politica e una sociologia della documentazione. La fonte storica non è quasi mai scritta per gli storici, che si trovano di solito costretti a «origliare» i documenti (come la maggior parte di noi fanno in comunicazione). Questa situazione è familiare grazie all'ermeneutica: leggiamo testi che non erano rivolti a noi (Ricoeur, 1981).

Gli archivi variano a seconda dei protocolli di trascrizione. Una volta un collega entrò nel mio ufficio brandendo un'«offerta speciale» che gli era arrivata per posta. Con un sorriso cinico, annunciò un nuovo video sui «più grandi momenti nella storia del-

*La registrazione
storica*

lo sport». Mi ci è voluto un minuto per arrivare al punto: essendo un video, di conseguenza esso escludeva tutta la storia dello sport precedente all'invenzione della cinepresa e tutta quella che, anche in seguito, non era stata filmata. La «storia dello sport» si era improvvisamente ridotta al periodo che va dal 1895 a oggi. Occorre d'altra parte notare che ho appena commesso un errore più sottile: pensare che esista un qualcosa come la «storia dello sport» che non sia influenzata dai media che la registrano. Nel senso più letterale, la scelta del mezzo determina il documento storico. Un caso più sottile è la documentazione archeologica degli uomini preistorici. L'archiviazione è sbilanciata verso asce, pugnali, punte di freccia e oggetti destinati a durare nel tempo. Questi tendono ad essere ciò che Lewis Mumford chiama «tecnologie di potere» piuttosto che «tecnologie di contenuto», come le ceste, la conservazione del cibo, la lingua, le famiglie, i serbatoi e i rituali, che lasciano relativamente poche tracce. Gli strumenti sopravvivono meglio delle parole, delle azioni, dei pensieri o delle pratiche del parto. Questa sopravvivenza differenziale, si lamenta Mumford, ci dà una visione distorta e un po' maschilista degli esseri umani come animali che usano degli strumenti – piuttosto che, ad esempio, animali che sognano o che utilizzano un linguaggio (Mumford, 1967; Sophia, 2000). Ciò che il tempo ha prodotto sull'archivio deve essere compreso assieme all'archivio stesso – e può liberarlo da pregiudizi che ne condizionano la consultazione.

Gli archivi sono descrizioni, ed è nella natura delle descrizioni l'essere inesauribili. Il potenziale di comunicazione di un evento non è mai completo. C'è sempre qualcosa in più da dire; un documento, per definizione, non è mai concluso. Ogni persona che parla una lingua ha la capacità straordinaria di produrre frasi completamente comprensibili che non sono mai state pronunciate prima nella storia; e ciascun parlante è in grado di compiere questa enorme acrobazia più volte al giorno. Questa generatività è altrettanto vera per la documentazione e la descrizione. Nessun documento ha mai l'ultima parola. Questo non è, ovviamente, per dire che alcuni archivi e documenti non sono più ricchi di altri. Possiamo essere grati a Samuel Pepys e a Margaret Ballard

per averci fornito una visione del loro mondo, ma nessuno sosterebbe che i loro diari dicano tutto della Londra del diciassettesimo secolo o del Maine del diciottesimo (Ulrich, 1990). Non sappiamo quando emergerà un altro documento che complicherà, sconfesserà o confermerà quello che già sappiamo. La Russia, come dice un vecchio proverbio, ha un passato imprevedibile. Nuovi documenti in realtà vecchi riscrivono vecchi documenti nuovi. La scoperta dei rotoli del Mar Morto nel 1947 ha completamente rivoluzionato la comprensione della Bibbia. Come ogni oggetto di descrizione, il passato è emergente.

Il passato è radicalmente incompleto perché il documento storico è di per sé storico. Gli studiosi interessati alla storia sociale delle donne comuni hanno dovuto risolvere la «mancanza di fonti» che un tempo contribuì a bloccare tale storia (Ulrich, 2007). Gli storici del lavoro, dell'infanzia, della schiavitù, delle abitudini alimentari, delle mentalità, della vita quotidiana, della privacy e delle malattie, allo stesso modo, hanno cominciato a scoprire quella che ora sembra quasi assurdamente una feconda documentazione storica. Prima del 1900, pochi immaginavano che qualcosa di così effimero come il tempo potesse avere una storia conoscibile.

Grazie, tra le altre tecniche, alla dendrocronologia (che utilizza gli anelli degli alberi come indicatori della temperatura annua) e alla perforazione di porzioni di ghiaccio polare al fine di individuare piccole bolle d'aria atmosferica formatesi secoli fa, il settore vivo della storia del clima offre ora una sempre maggiore comprensione della storia del tempo terrestre – qualcosa che è oltretutto di immediata rilevanza vista la crisi del riscaldamento globale. Una fonte emerge in risposta a una particolare sensibilità (la storia delle donne) o a una strumentazione (la storia del clima), ma, in ultima analisi, sono forse la stessa cosa. Il diario di Martha Ballard non sarebbe in grado di raccontare nemmeno la metà delle cose che dice senza un lettore capace come Ulrich. Variazioni di sensibilità variano la documentazione: dove sarebbe la storia sociale francese degli ultimi cinque decenni, senza tutte le sue trascrizioni di polizia e documenti dei tribunali locali, documenti che un'abile lettura ha reso così eloquenti? Così come

non esiste a priori un limite su ciò che può significare un messaggio – non si può non comunicare – non c'è fine alla potenziale ricchezza del passato.

Il passato emerge nel futuro. Un antropologo italiano che ha partecipato alla recente riesumazione di due umanisti del Rinascimento ha spiegato: «I corpi sono un archivio di informazioni che circonda la vita e la morte di una persona. Con la tecnologia di oggi, siamo in grado di chiarire molti dubbi che si sono tramandati per secoli e siamo in grado di fornire risposte che non avrebbero potuto essere date alcuni anni fa»¹. Pico della Mirandola è morto nel 1494 ma, per la maggior parte di questi cinque secoli, il suo corpo ha rappresentato solo un cadavere in putrefazione; solo recentemente questo corpo è diventato un «archivio».

Gli scienziati hanno previsto un'analisi del DNA dei corpi, e il DNA, naturalmente, è la forma preminente con cui i corpi sono diventati testi leggibili negli ultimi tempi. Nuovi metodi forensi hanno messo in luce nuovi documenti storici – o si tratta di un vecchio documento? Il vecchio è emergente tanto quanto lo è il nuovo. Geoffrey Winthrop-Young ha elegantemente dato un nome al riemergere improvviso di qualcosa che si credeva perduto o rimasto sepolto a lungo: trauma Winthrop-Young, 2005).

Lo storico si trova nella stessa posizione del testimone: nessuno dei due può sapere quale sarà la prova cruciale mentre gli eventi si stanno svolgendo. La prova, sia in tribunale che nella storia, appare come tale solo a posteriori (Peters, 2001). Ciò che è spazzatura oggi potrebbe essere di valore inestimabile domani (Thompson, 1979). Nel porre attenzione sulle scritture buddiste conservate su pietra da un attento lavoro di oltre mille anni dei monaci nel monastero Yunju in Cina, Stewart Brand aggiunge: «con tutta probabilità valuteremmo di più queste pietre se i monaci avessero semplicemente registrato le evoluzioni climatiche e quello che stavano mangiando. Meglio ancora sarebbe stato

¹ *Researchers exhume 2 Renaissance writers*, Associated Press, 27 luglio 2007. Ultimo accesso tramite www.yahoo.com, il 28 luglio 2007.

l'averne un archivio sequenziale e santamente conservato di cacca secca del monaco, che produrrebbe un infinito patrimonio di dati sulla dieta, l'agricoltura, il clima, la salute e la discendenza razziale e familiare» (Brand, 1999). Nella sua preferenza per le feci più che per le Sacre Scritture, Brand vuole indicare l'imprevedibile valore di mercato delle tracce storiche – e, come Garfinkel, sostiene che dalle documentazioni viene spesso cancellato l'ordinario, ciò che è comune. (È probabilmente troppo disgustoso pensare a quale tesoro per gli storici del futuro distruggiamo ogni volta che tiriamo lo sciacquone). Fortunatamente, il logoramento è il presupposto dell'intelligibilità storica. Chissà se gli scritti degli antichi sarebbero valutati così tanto se la biblioteca di Alessandria fosse sopravvissuta. Forse reputeremmo Sofocle un drammaturgo meno grande se fosse ancora accessibile un numero maggiore delle sue opere. Il documento storico, come tutte le merci, è prezioso quando scarseggia.

La mia trattazione della «storia» come di un'astrazione filosofica generale è pericolosa, in quanto una tale concezione è di per sé un prodotto di un particolare momento storico. E anche questa intuizione – che il passato emerge nel futuro – è di per sé storica. Solo nella modernità, con la sua dinamica crescita del passato grazie alla geologia, alle metodologie storico-critiche, alla biologia evolutiva, alla cosmologia e all'archeologia, potrebbe esistere una così acuta coscienza del dinamismo delle fonti storiche. Grazie alla rivoluzione grafica del diciannovesimo secolo, in cui fotografia, fonografia, miografia, cinematografia, spettrografia e molte altre tecniche hanno spazzato via il lungo monopolio culturale della scrittura in tema di preservazione culturale, abbiamo ora una nozione espansa dei documenti. Grazie a queste iscrizioni automatiche, ora possiamo «leggere ciò che non è mai stato scritto». I media analogici ci permettono di catturare i tracciati non intenzionali, il cui significato non dipende dalla pre-elaborazione simbolica del linguaggio (Kittler, 1999).

Il fattore più moderno della modernità può essere la nostra visione dell'antichità, tutta la strada a ritroso fino al secondo che precedette il Big Bang; e il modo migliore per comprendere la scissione temporale potrebbero non essere la medicina e la tecno-

logia, ma il rifacimento costante del passato. Viviamo con la consapevolezza che possano ancora emergere mezzi di comunicazione con funzione testimoniale in grado di trasformare le porzioni più insignificanti del nostro mondo in preziose pepite dell'informazione storica. Il documento storico non soltanto degrada nel tempo, ma può anche diventare più articolato. Non si può mai sapere quando qualche nuova (o meglio vecchia) mandibola riscriverà la storia della famiglia umana. Che le cose vecchie possano essere nuove è il segreto di un archivio storico dinamico.

*La trasmissione
storica*

La teoria matematica della comunicazione è stato primo il studio di Claude Shannon su come selezionare e rendere comprensibili dei segnali inviati a distanza. Senza la matematica, la scrittura della storia ha un problema simile. I vincitori possono scrivere la storia, ma, affinché la loro vittoria sia conosciuta e sopravviva, essi dipendono dalle sorti della natura e dalla buona volontà dei posteri. «Guardate le mie Opere, o Potenti, e disperate!» vanta il grande Ozymandias nel poemetto di Shelley. Il re pronunciava quelle parole per schernire i suoi rivali, che sono alla disperazione se paragonati alla sua grandezza; il lettore moderno, al contrario, si dispera subito dopo aver trovato quelle parole tra le macerie abbandonate. Tignola e ruggine possono essere ostili alla memoria. Così possono essere gli esseri umani. Il ricordo degli eventi dipende dal lavoro e dal favore di scribi anonimi. Come hanno dimostrato recenti ricerche, le istituzioni di trasmissione culturale – monasteri, biblioteche, università, musei e archivi – hanno svariati e spesso incompatibili interessi, politici e non (Ernst, 2002). Molto dipende da un catalogo d'asta o da un archivista in carne ed ossa. Sia la storia che i media hanno dei guardiani. Sia la cultura che la natura influenzano la trasmissione dei documenti storici. Mentre scrivo, la Casa Bianca di George W. Bush sta combattendo in tribunale per avere il diritto di cancellare le proprie e-mail (si rabbrivisce a pensare a questa potenziale massa d'illeciti). Un segno di disapprovazione (e probabilmente una sentenza d'esecuzione) nell'Unione Sovietica di Stalin era quello di essere rimossi dalle fotografie ufficiali. Questa *abolitio memoriae* può avvenire in modi meno premeditati. Quanto sa-

ranno accessibili i nostri dati storici nel giro di 50 anni, dal momento che i CD stanno già iniziando a degradare, terabyte di dati memorizzati sui floppy disk stanno ormai languendo in un tecno-limbo e gli LP in vinile e le cassette VHS riempiono inutilizzati gli scaffali? Gran parte della pellicola del cinema delle origini si è già disintegrata. Sibelius diede fuoco alla sua ottava sinfonia in qualche momento negli anni Quaranta del Novecento. Nello stesso tempo, Bachtin si stava letteralmente fumando la sua leggendaria opera magna, utilizzando le pagine del suo manoscritto per rollarsi le sigarette che scarseggiavano durante la guerra. (Questo potrebbe anche essere stato un buon modo per spiegare un caso orribile di blocco dello scrittore. Ma non lo sapremo mai). L'esempio più famoso è l'incendio della antica biblioteca di Alessandria di cui spesso ci si lagna. Prima che questo treno di distruzione richiami troppa malinconia, dobbiamo notare che la conservazione della Linea B, un linguaggio fondamentale per la nostra conoscenza dei primi sistemi di scrittura, si deve a un incendio che distrusse il palazzo di Cnosso, ma che cosse le tavolette d'argilla su cui il testo venne scritto. Lo stesso vale per l'Ugaritico Powell, 2002). La cenere calda del Vesuvio uccise le vite di Pompei, ma conservò la vita della città.

Gli studiosi di comunicazione analizzano le distorsioni nella copertura delle notizie, e qualcosa di simile si può trovare anche in relazione al passato. Lo studio critico di Omero (tra gli altri classici greci) e della Bibbia sono stati al centro della rivoluzione storicista del 1800 e la ricerca moderna ha compiuto uno sforzo enorme per entrambi al fine d'analizzare la trasmissione di questi testi. Nell'antichità personaggi già noti come Cicerone e Flavio Giuseppe evidenziarono l'insolita composizione e trasmissione di Omero. Il marchio della modernità è il senso di un'irrimediabile perdita della fonte. Come ha scritto Heyne, filologo tedesco della fine del diciottesimo secolo, «Non riacquisteremo l'Illiade così come è uscita dalla mente e dalle labbra di Omero – questo è chiaro; solo i libri di Mosè e dei Profeti possono essere restaurati così come sono usciti dalle mani dei loro autori» (Graffon et al., 1985). Avendo rinunciato alla speranza di una piena conoscenza orale o originaria, gli studiosi hanno dedicato la loro vita allo

studio delle varianti dei manoscritti e all'individuazione di quale sia il testo migliore. A volte hanno anche immaginato dei testi sorgente, come il famoso «Q» (dal tedesco «Quelle», fonte) che si suppone fosse celato dietro i tre Vangeli sinottici di Marco, Matteo e Luca. Studiosi del Nuovo Testamento, individuando i detti di Gesù, cercano di determinare la loro circolazione: «Se il detto viene comunicato tra svariate persone per un periodo di tempo prima che raggiunga la forma scritta (come è il caso dei Vangeli), la revisione può avvenire ad ogni anello umano nella catena di trasmissione» (Fredriksen, 1988). Il libro che una volta veniva pensato come dettato dai «segretari dello Spirito Santo» ha iniziato a somigliare ad un patchwork storico.

La trasmissione non è mai soltanto un canale vuoto. I media non sono tubi in cui passano liquidi, non più di quanto il tempo è un mezzo omogeneo e vuoto che trasporta il passato. F. A. Wolf, colui che coniò il termine «filologia» e l'insigne studioso ottocentesco di Omero che ebbe un ruolo centrale nella nascita dei moderni metodi storico-critici, ha sostenuto che i manoscritti più recenti possono essere più autentici di quelli datati. Egli credeva di possedere nel 1794 manoscritti di Omero migliori rispetto a quelli che avevano a disposizione gli studiosi di Alessandria che curarono le edizioni omeriche due millenni prima. (Sapeva che il passato può emergere in maniera asincrona). Alcuni studiosi pensano che le evidenti distorsioni nella trasmissione abbiano un enorme valore storico – soprattutto perché l'idea della trasmissione testuale parola per parola è di per sé storica. La distinzione tra scriba e autore era rara nel Medioevo e forse la stampa ha lanciato l'idea di un «testo uniforme e ripetibile» per la prima volta (McLuhan, 1962). «Gli “errori” degli scribi – errori di ortografia, errori grammaticali, trasposizioni e anche apparenti omissioni – possono essere una testimonianza storica significativa, a volte sulla logica politica che ha guidato la creazione di quel testo particolare e sempre sulla tecnologia letteraria del tempo» (Howell-Prevenier, 2001). Il *vernacular scholia* nei testi ebraici del grande Rashì, commentatore della Bibbia dell'undicesimo secolo, fu a lungo ignorato dagli studiosi ebrei e paragonato a scarabocchi, fino a quando non si scoprì che rappresentava un

tesoro ritrovato di forme non attestate di francese medievale (Blondheim, 1937).

L'analisi del percorso compiuto dalla fonte è sempre una parte fondamentale in qualsiasi studio sistematico. Tutta la ricerca, forse, è una ricerca di comunicazione. Questo è chiaro nel campo della biologia evolutiva e della cosmologia, due campi che studiano il passato profondo e che trasformano i processi di trasmissione in chiavi interpretative. Un capitolo di Darwin «Sull'imperfezione della documentazione geologica» in *L'origine delle specie* (1859) tratta dell'incerta prova che esistano vincoli di transizione tra le specie. Questi anelli mancanti non sono attestati nei reperti fossili, non perché non esistano del tutto, egli sostiene, ma perché la documentazione è incompleta e parziale. L'archivio della storia della vita è soggetta a tutti i processi di cancellazione della storia della terra, dall'erosione al vulcanismo. Come Garfinkel, Darwin legge i documenti con riferimento ai processi che li hanno formati. Per sostenere la sua ipotesi uniformista al cospetto di una documentazione catastrofica, Darwin individua delle lacune nella trasmissione del passato, non nel passato in sé. Se la trasmissione fosse stata più completa, sostiene, avremmo una prova migliore delle forme di transizione che egli ha supposto. Cercare prove dei legami tra le specie nel patrimonio geologico, secondo Darwin, sarebbe come cercare di ritrovare immagini delle Olimpiadi antiche sul video dei momenti più importanti nella storia dello sport.

In cosmologia, potenziali disturbi nella trasmissione sono in realtà dati fondamentali per la storia dell'universo. Quando guardiamo in profondità nello spazio, in realtà stiamo guardando molto indietro nel tempo. La luce che colpisce la nostra retina quando guardiamo nello spazio virtualmente ha iniziato da un'eternità il suo viaggio dalla sorgente. Dal momento che viviamo in un universo in espansione, la luce che viaggia più lontano è anche soggetta alla perturbazione maggiore. Seguendo l'effetto Doppler – secondo cui le onde che si allontanano da un osservatore fisso acquisiscono una maggiore lunghezza d'onda (e quindi frequenze inferiori) – la luce che proviene da fonti molto distanti nello spazio subisce un'alterazione verso la parte rossa dello spettro (frequen-

za più bassa). Lo spostamento verso il rosso (detto «redshift») è una misura della velocità di tali fonti e quindi, indirettamente, della loro età. Prima una trasmissione di luce è partita nella storia dell'universo più viaggerà velocemente, dal momento che le maggiori velocità d'espansione si sono presumibilmente verificate all'inizio del Big Bang. Più lontano vediamo nello spazio, prima guardiamo nel tempo, e più rossa è la luce più osserviamo lontano. L'universo è dentro e fuori: i suoi limiti distanti costituiscono le sue parti più giovani. (Ma sono più vecchie di noi). Invece di considerare lo spostamento verso il rosso solo come una forma di trasmissione distorta, e quindi invece di ignorarla, alcuni astronomi come Edwin Hubble si resero conto che tali distorsioni potevano essere lette come una prova della storia dell'universo. Hubble imparò a leggere un apparente difetto della trasmissione come un indice del passato. Lo spostamento verso il rosso è oggi utilizzato comunemente come una misura dell'età delle trasmissioni celesti distanti. Questa è la stessa strategia interpretativa che ha permesso di estrapolare lo *scholia* dai commentari di Rashì (Peters, 2003).

Storia e comunicazione condividono il sogno del diciannovesimo secolo di una completa o perfetta trasmissione. Per schematizzare, lo storicismo, la dottrina dominante nella scrittura della storia fin dal diciannovesimo secolo, ha come ideale il viaggio nel tempo, l'arrivare a una ricostruzione storica così perfetta che lo storico potrebbe essere totalmente immerso nel vecchio mondo. Nello spiritualismo, che ha modellato la concezione popolare di comunicazione nello stesso periodo, il sogno è quello della telepatia, raggiungere cioè una comunione mentale così piena che le differenze tra i pensieri si dissolverebbero. Entrambe le visioni rinfocolano il desiderio per un mezzo di comunicazione perfetto che trascenda le lacune, gli scarti. Entrambi i sogni nascono in risposta agli apparati di ricerca costantemente crescenti della storia e della comunicazione. Il metodo critico, così come è emerso in Germania intorno al 1800, ha insegnato che i documenti, gli archivi e le fonti non sono esattamente dei canali trasparenti o neutri di comunicazione. La ricerca storica moderna è sempre, ad un certo livello, una riflessione sulle condizioni della sua

(im)possibilità. La critica delle fonti è il segno distintivo del metodo storicistico e gli storici sarebbero i primi a sostenere che il passato in ultima analisi è inaccessibile. Intorno al 1900 gli uomini e le donne moderni hanno dovuto impegnarsi nella critica delle fonti, così come si sono abituati a comunicare per mezzo del telegramma, del telefono, della posta celere. Hanno dovuto imparare a distinguere gli effetti del medium (come ad esempio i ritardi nelle consegne) dalle scelte comunicative (quali la decisione di non rispondere). Siccome i media, elettrici e non, hanno spalancato il continuum spazio-tempo, essi hanno promesso di colmare vecchie distanze e hanno minacciato di distruggere vecchie forme di intimità. Le nostre idee sulla storia e sulla comunicazione riflettono sia la moderna speranza della trascendenza sia la sua disperazione per una possibile corruzione (Peters, 1999). È fin troppo facile criticare questi sogni, ma la trasmissione, in qualche forma, è una categoria troppo importante per gli storici e teorici della comunicazione per poter essere scartata. I teorici critico-culturali della comunicazione guardano alla nozione con sospetto. James Carey ha aperto la strada in un famoso saggio, mettendo in contrasto una visione trasmissiva della comunicazione («transmission view») con una visione rituale («ritual view») (Carey, 1989). Egli mise in luce che il pensiero sulla comunicazione è stato dominato da preoccupazioni per la trasmissione, che nella cultura americana riflettevano un desiderio un po' malato di dominio sullo spazio. Carey ha voluto, giustamente, ammonirci dal riflettere esclusivamente sull'accuratezza dei segnali a spingerci a porre l'attenzione sulla costruzione dei rapporti interpersonali. Eppure qualcosa si è perso durante la trasmissione: lo stesso pensiero di Carey era più complesso di quello esclusivamente binario della trasmissione e del rituale – egli ha sempre dimostrato che la trasmissione ha dei rituali e i rituali devono essere trasmessi (Cmiel, 1992). Coloro che vogliono sostenere l'importanza della trasmissione, come faccio io, a volte devono andare contro l'opinione comune. Per alcuni, il concetto appare meccanico, amministrativo e professa una falsa neutralità. Eppure nessuno di noi può farne a meno. Si tratta di un'industria da diversi trilioni di dollari l'anno. Quando parliamo al te-

lefono, accendiamo la TV via cavo, faxiamo un documento, spediamo una lettera che arriverà presto il mattino seguente o navighiamo in internet ci aspettiamo che i processi di trasmissione funzionino. Ancora di più quando prendiamo un aereo o un treno. La trasmissione è un gioco di linguaggio essenziale nel nostro mondo. Quando il medico o il meccanico emettono le loro diagnosi, pretendiamo che esse siano accurate. Vogliamo strumenti meccanici per contare i voti in modo corretto. Coloro che rifiutano di comprendere che la trasmissione è un aspetto essenziale della comunicazione, non riflettono in maniera profonda sulle condizioni della loro esistenza (cosa che Carey non ha mai trascurato di fare).

Avere un interesse per la trasmissione non ci vincola ad un ingenuo positivismo. Gli eventi non sono mai puri o integrali; e nessuna storia è mai sufficiente. E allo stesso tempo i fatti contano e gli eventi hanno la loro integrità. Il fatto che i cervelli del passato e quelli degli altri non possano mai essere completamente suonati non significa che siamo liberi di scatenarci nel parco giochi postmodernista. La questione si sposta dall'epistemologia all'etica.

(1) Gli storici mettono assieme storie sul passato.

(2) Alcune storie si adattano meglio alla documentazione disponibile.

Queste due affermazioni non sono incompatibili. Il termine francese «*histoire*», il tedesco «*Geschichte*» e l'italiano «*storia*» non distinguono tra il narrare un racconto di finzione oppure la storia reale. Questo significa che la storia è solo un genere letterario? Tragedia, commedia, apocalisse, lirica e storia sono tutti generi distinti di letteratura, ma sono anche modi di battezzare visioni diverse del mondo. Un genere è una rete di obblighi e contratti. Scrivere «*la*» storia significa partecipare a una sorta di patto con il lettore e fare del proprio meglio per rispettare l'autonomia del passato. La giustizia dipende dalla scoperta di quello che è realmente successo durante le indagini legali – e storiche. Stabilire nei dettagli la realtà del passato non può lasciarci indifferenti in tema di crimine, guerra o amore. Avere cura per il passato non significa impegnarsi nel definirlo come definitivamente «*là*» e «*irrevocabile*». Anche se non possiamo mai conoscere il passato

perfettamente, possiamo di sicuro eliminare alcune false affermazioni su di esso. Il fatto che non possiamo viaggiare nel tempo non significa che non possiamo evitare anacronismi. «La possibilità dell'errore» è un'ancora dell'ordine intelligibile dell'universo, sosteneva il grande e dimenticato Josiah Royce (Royce, 1965). L'interesse per una corretta trasmissione è prima di tutto un atteggiamento etico di rispetto per l'alterità della storia e poi una ricerca epistemica per la purezza dell'accesso o la pienezza della presenza. Negare l'Olocausto non è solo stupido; è immorale. Non è tanto un difetto di conoscenza quanto della giustizia.

Molti momenti della storia hanno vissuto l'apoplezia di un'eccessiva quantità d'informazione – non c'è niente di nuovo in questo. Ma viviamo in un momento in cui c'è un'acuta sensibilità archivistica, in parte grazie a Internet. Gli storici affrontano ciò che Michael Pollan ha chiamato, in un altro contesto, «il dilemma dell'onnivoro» (Pollan, 2006). Qualsiasi ricerca è potenzialmente senza fine. La geometria frattale mostra che il livello di ingrandimento è una scelta contingente. La lunghezza della costa della Gran Bretagna è così una funzione della lunghezza dello strumento con cui la si misura (Mandelbrot, 1967). La disperazione del dottorando che prende in esame una tesi di storia è che ogni frase potrebbe essere un'intera tesi, e che la sua stessa tesi finirà con l'essere riassunta in una sola frase nella tesi di qualcun altro. Ciò che viene registrato è una minima parte di quello che succede, e ciò che viene trasmesso è ancora una frazione di questo, ma le scelte che compiamo nell'atto d'interpretazione possono essere le più selettive di tutte. (Naturalmente la selezione non è solo una riduzione; registrare, trasmettere e interpretare può anche accrescere in maniera significativa «quel che è successo»). Non abbiamo altra scelta che scegliere, perché la nostra attenzione è limitata e le nostre vite sono mortali. Possiamo scrivere grandi storie di piccole cose – come il merluzzo, il sale o la firma – o piccole storie di grandi cose – come il tempo o il primo secondo del Big Bang – ma nessun autore in una singola vita può scrivere una storia universale. La scelta del campione non determina solamente le modalità d'accesso a un corpo di dati; è anche una

*L'interpretazione
storica*

questione esistenziale per decidere dove trascorrere il nostro tempo. L'interpretazione coinvolge in parte il problema logistico di come pianificare tempo, spazio ed energia.

La scrittura della storia è una delle attività umane più storiche. Il posto in cui siamo situati nella storia influenza il modo in cui la scriviamo in modo più radicale di quanto siamo soliti immaginare. Il «principio antropico» in cosmologia sottolinea proprio questo legame tra posizionamento e conoscenza. Il principio suggerisce che solo un certo tipo di universo può essere conosciuto in toto dall'essere umano. L'universo dovrebbe essere abbastanza esteso e abbastanza freddo da aver prodotto le sostanze chimiche complesse che sono gli ingredienti necessari per sostenere la vita intelligente come noi la conosciamo. La stessa possibilità della nostra conoscenza dell'universo richiede il tipo di universo in cui possiamo esistere. Nel momento in cui l'universo sarà abbastanza maturo per mantenere forme di vita che sono in grado, in qualche misura, di capirlo, sarà necessariamente un luogo freddo e vuoto e un posto scuro (assumendo una base organica di vita intelligente). «Quello che possiamo aspettarci di osservare deve essere limitato dalla condizione favorevole alla nostra presenza in qualità di osservatori» (Barrow, 2002). Il principio antropico indica una convergenza della nostra situazione esistenziale e della nostra capacità epistemologica. Come storici dell'universo, siamo soggetti a questa storia. Solo ad un certo punto della storia dell'universo si può cominciare ad esserne i suoi storici. La nostra ricettività alle trasmissioni provenienti dallo spazio e dal tempo profondo si deve al nostro posizionamento nello spazio e nel tempo. La nostra capacità d'interpretare questi messaggi è co-costituita dai processi storici che li hanno creati. Gli storici hanno accesso a quel regno della storia che la storia permette loro di conoscere. Entro questi limiti, essi devono compiere scelte difficili. Il sogno positivista di comprendere perfettamente il passato nella sua interezza ha cercato di eludere questa domanda. Rispettare l'autonomia del passato e riconoscere l'inevitabilità del proprio ruolo di narratore di storie mette sotto pressione lo storico. Il confine tra finzionale e fattuale è tanto etico quanto empirico. Generalmente supponiamo che i racconti di fiction sul passato abbia-

no una relazione meno stretta col mondo rispetto alle narrazioni fattuali. Conan Doyle non ha mai descritto minuziosamente i libri che stavano sulle pareti dell'appartamento di Sherlock Holmes (Zizek, 1999). Il romanzo lascia questa porzione di realtà per sempre aperta. Se un termometro fosse caduto in un capitolo di *Middlemarch: studi di provincia* di George Eliot, non avremmo mai avuto una lettura precisa della temperatura dell'ambiente, mentre un termometro teletrasportato a una determinata ora dell'Inghilterra di provincia degli anni Trenta dell'Ottocento presumibilmente fornirebbe un dato preciso. Le nuvole menzionate nell'*Amleto* permettono al protagonista di giocare con Polonio, ma nessuno si aspetta dal testo d'individuare il disegno o la forma. Si pensa che la realtà sia ricca di fatti accessori e la finzione sia povera una volta che ci allontaniamo dal centro della scena. Un autore non ha bisogno di aggiungere dei dettagli non pertinenti che rappresenterebbero uno sfondo trascurabile in un mondo completamente sviluppato. Di solito consideriamo questa vaghezza del contesto come una delle principali caratteristiche che distingue la finzione dalla realtà.

I media audiovisivi rovesciano questa supposizione. Essi sono predisposti alla testimonianza – che significa a documentare i dettagli metonimici (Ellis, 2000). Il testo di Conan Doyle può disinteressarsi ai dettagli di sfondo, ma una versione cinematografica di *Sherlock Holmes* non può. I media che ricreano la storia, come i film e i musei, non possono sottrarsi dall'onere di fornire tracce non pertinenti, a causa di quella che si potrebbe definire una loro «risoluzione» mimetica relativamente elevata. Un film ha una sola possibilità di farlo in maniera corretta: è costretto ad affidarsi a dei dettagli secondari che il testo letterario è invece libero di lasciare indefiniti per sempre (Rosen, 2001). Un testo può dar luogo a svariate interpretazioni, senza per questo perdere il suo potere o il suo significato. Per ritrarre un volto, un fotografo o un pittore devono usare molti pixel o molto olio. Uno scrittore deve solo menzionare una persona e l'ipotesi che questi personaggi abbiano un volto è un qualcosa di scontato. Una parola implica una miriade di altri pezzetti d'informazione a priori. Il linguaggio può essere povero di particolari rispetto a un

ritratto, ma è aperto in virtù di un sistema semiotico che può essere continuamente aggiornato. La vaghezza non è solo una mancanza; è anche una risorsa di significato. La Bibbia è drasticamente minimale nelle sue descrizioni, eppure quanto è «densa di sfondo»! (Auerbach, 1933). I racconti evangelici non dicono nulla dell'aspetto di Gesù o di Maria, eppure hanno ispirato duemila anni di produzione iconica. Un regista dovrebbe decidere se Maria è bionda o bruna, se ha gli occhi marroni o blu; il silenzio del testo su questi aspetti lo rende più ricco. Una parola vale più di mille immagini.

Crediamo che le storie di finzione siano povere e i fatti siano ricchi, ma il carattere vago della fiction si applica anche ai fatti. Ciò che consideriamo come un problema di documentazione potrebbe essere un problema di realtà. Gli eventi possono essere intrinsecamente indefiniti. Prendiamo il caso dell'assassinio di Abramo Lincoln. Questo evento, come l'assassinio di John F. Kennedy di un secolo posteriore, è stato oggetto di un'indagine molto accurata. Quando sono giunti a teatro i coniugi Lincoln? Verso le 8.30 di sera, durante il primo atto della commedia *Il nostro cugino americano*. Quando hanno sparato a Lincoln? A dispetto di svariate testimonianze, pare intorno alle 10.30. Quale distanza John Wilkes Booth riuscì a saltare dal palco presidenziale al palcoscenico? Il teatro Ford è stato completamente ricostruito nel 1866 e i testimoni indicarono in maniera approssimativa una distanza compresa tra i 9 e i 15 piedi (da 2,7 a 4,5 metri); quindi la risposta a questa domanda è rimasta indefinita fino a quando sono stati ritrovati i progetti architettonici del teatro originario, che hanno fornito il dettaglio preciso di 10 piedi e 6 pollici (circa 3,2 metri). Booth si ruppe una gamba nel salto? L'unico testimone contemporaneo è il diario di Booth, una fonte che molte volte si è rivelata inaffidabile. I testimoni oculari lo videro «precipitarsi» o «correre» sul palco. Cosa gridò Booth? I testimoni in gran parte concordano sul fatto che gridò «Sic Semper Tyrannis», anche se altre versioni ascoltate includono «Il Sud deve essere libero», «Vendetta per il Sud», «Il Sud è vendicato», «L'ho fatto» e «Libertà». Da parte sua, Booth, in una nota scritta sul diario tra il giorno dell'assassinio e quello della sua morte

avvenuta in una spartoria 12 giorni dopo, ha sostenuto di avere detto solo «Sic Semper» (Good, 1995).

Un mistero finale relativo alla morte di Lincoln è quello che Edwin Stanton, segretario alla guerra, pronunciò al capezzale del presidente mentre esalava l'ultimo respiro. «Ora è divenuto immortale (Now he belongs to the ages)» è stata a lungo considerata la benedizione indiscussa. Recentemente «Ora è tra gli angeli (Now he belongs to the angels)» è stata proposta come alternativa. La disputa implica due differenti letture di Lincoln: Lincoln come cristiano-romantico (gli angeli) o come un antico stoico (i secoli, l'immortalità). In un saggio profondo, Adam Gopnik mostra che la citazione sui «secoli», che è stata considerata come un fatto storico per un secolo, non appare che 25 anni più tardi in una biografia di Lincoln scritta da due dei suoi segretari nel 1890. L'interpolazione sugli «angeli» è più recente e politicamente motivata da un interesse di leggere Lincoln come una figura cristiana, ma quantomeno ci sono alcune ragioni storiche plausibili per questo. Alla fine, non sappiamo cosa disse Stanton, o addirittura se lo stesso Stanton sapesse quel che ha detto. Se ci fosse stato un registratore in quella stanza affollata e caotica – una stanza piena di persone affrante che entravano e uscivano continuamente – avrebbe potuto non risolvere alcunché. Come Gopnik conclude: «Il passato è così spesso inconoscibile, non perché sia ottenebrato ora, ma perché era ottenebrato anche allora, quando era ancora presente» (Gopnik, 2007).

L'incertezza del passato non deriva solo dai limiti della nostra osservazione; deriva anche dalla indeterminatezza di ciò che accade. Si potrebbe fantasticare sul fatto che una macchina di documentazione più perfetta possa registrare il moto di ogni molecola – ma questa ci mostrerebbe solo la costante dinamicità al cuore delle cose. Come un filosofo del circolo di Vienna ha detto con un po' troppo zelo: «La dottrina della posizione esatta degli eventi fisici nello spazio e nel tempo è metafisica, e quindi priva di significato» (Hahn, 1933). Non dovremmo trattenere il respiro in attesa di metodi di documentazione che alla fine stabiliranno ciò che è realmente accaduto. Che le cose siano spesso più confuse quanto meglio sono documentate è una lezione della fisica

quantistica. La realtà può essere vaga come i romanzi e i romanzi possono essere riccamente insondabili come la realtà. Il racconto può essere inesauribile non solo perché il linguaggio è generativo, ma anche perché l'universo è incompleto. Proprio come spesso non sappiamo cosa vogliamo dire quando parliamo, così l'universo potrebbe non essere sicuro di se stesso.

Solo pochi e vecchi relativisti prenderanno questa conclusione come una scusa per abbandonarsi agli istinti più selvaggi. Non ci potrebbe essere mandato più preciso per l'interpretazione storica del riconoscere che agiamo nella storia, tentando di comunicare con essa. Il passato è un finale aperto perché è stato realizzato in parte da esseri umani e gli esseri umani sono degni di rispetto e di ricordo. Non si devono ammazzare i morti una seconda volta. Nella storia niente di meno è in gioco. Fare violenza contro la storia significa, in qualche modo profondo, fare violenza anche contro gli esseri umani. Come studiosi del passato, abbiamo a che fare con la più essenziale e delicata di tutte le relazioni comunicative: quella tra i vivi e i morti (Benjamin, 1968). Compito dello storico è quello di non uccidere i morti. È fare in modo che essi rinascano continuamente nella memoria e far sì che nel mondo ci siano sempre nuove cose vecchie. Questa è l'etica profonda che unisce lo studio della storia e della comunicazione.

*P*oscritto

Nella misura in cui la storia, vista riflessivamente, è storia della comunicazione, abbiamo molto lavoro da fare. Un asse di sviluppo è rappresentato dal tempo stesso. Innis è stato più citato che imitato nel suo interesse per la comparazione di civiltà, antiche e moderne. La preistoria offre un ricco campo di studi che è rimasto a lungo un territorio riservato agli antropologi: l'addomesticamento del fuoco, l'istituzione della parentela, le tecniche corporee e vocali, le arti della parola e della scrittura. L'addomesticamento di piante e animali, la cucina e l'educazione dei figli, le tecniche di navigazione e di misura esatta del tempo, i rituali e le arti della memoria sono componenti essenziali della lunga storia della comunicazione. Il patrimonio accumulato dalla razza umana – religioso, filosofico, giuridico, letterario e artistico – è un ricco archivio di pratiche mediali. Ci sono storie della comunica-

zione al di fuori dell'Europa e del Nord America che attendono i loro storici. La globalizzazione e i contatti internazionali tra gli studiosi di comunicazione nel mondo contemporaneo potrebbero contribuire a stimolare un passato più globale. La spinta verso l'interdisciplinarietà potrebbe aiutarci a superare il ponte tra scienze umane e scienze sociali in direzione della storia della scienza e della tecnologia. La metafisica, ha detto Peirce, è il pappagallo della matematica; fisica e matematica rappresentano in molti modi la storia segreta della comunicazione. Infine, per seguire Innis, dovremmo espandere la nostra concezione di cosa sono i media (Peters, 2008). Per citarne alcuni: ascensore, ballo, campanello, decimale, emergenza, forchetta, giornale, handicap, isola, jodel, lacrima, nome, osservatorio astronomico, punto, quadrante dell'orologio, radiografia, sguardo, torre, ultrasuono, vocale, yoctosecondo, zero. Il futuro della storia della comunicazione non è nulla se non è abbondante.

(traduzione di Gabriele Balbi)

Riferimenti bibliografici

- Auerbach, E. (1953), *Mimesis*, Princeton, Princeton University Press, traduzione italiana *Mimesis: il realismo nella letteratura occidentale*, Torino, Einaudi, 1956
- Barrow, J.D. (2002), *The Constants of Nature*, New York, Pantheon, traduzione italiana *I numeri dell'universo: le costanti di natura e la teoria del tutto*, Milano, Mondadori, 2003
- Barry B.P. (2002), *Writing and the Origins of Greek Literature*, Cambridge, Cambridge UP
- Benjamin, W. (1968), *Theses on the Philosophy of History*, in «Illuminations», New York, Schocken, traduzione italiana *Tesi di filosofia della storia* (1940), in Id., «Angelus novus. Saggi e frammenti», Torino, Einaudi, 1962
- Blondheim, D.S. (1937), *Les gloses françaises dans les commentaires talmudiques de Raschi*, Baltimore, Johns Hopkins, vol. 2
- Brand, S. (1999), *The Clock of the Long Now*, New York, Basic

- Books, traduzione italiana *Il lungo presente: tempo e responsabilità*, Fidenza, Mattioli, 1885, 2009
- Carey, J.W. (1989), *A Cultural Approach to Communication*, Communication as Culture, Boston, Unwin Hyman
- Cmiel, K. (1992), «Review of James Carey's *Communication as Culture*, *Theory and Society*», 21, 285-290
- Ellis, J. (2000), *Seeing Things: Television in The Age of Uncertainty*, London, I.B. Tauris
- Ernst, W. (2002), *Das Rumoren der Archive*, Berlin, Merve
- Fredriksen, P. (1985), *From Jesus to Christ: The Origins of the New Testament Images of Jesus*, New Haven, Yale University Press
- Garfinkel, H. (1967), *Studies in Ethnomethodology*, Englewood Cliffs, NJ, Prentice-Hall
- Ginzburg, C. (1990), *Clues: Roots of an Evidential Paradigm*, *Myths, Emblems, Clues*, traduzione J. e A. C. Tedeschi, London, Hutchinson Radius, edizione originale italiana *Spie. Radici di un paradigma indiziario*, in «Crisi della ragione?» a cura di A. Gargani, Einaudi, Torino, 1979
- Good, T.S. (1995), *We Saw Lincoln Shot: One Hundred Eyewitness Accounts*, Jackson, University Press of Mississippi
- Gopnik, A. (2007), «Angels and Ages», *The New Yorker*, 28 May
- Grafton, A. (2007), «Dreams of a Universal Library», *The New Yorker*, 5 Nov., 50-54
- Grafton, A.; G.W. Most e J.E.G. Zetzel (1985), «Introduction» to Friedrich A. Wolf, *Prolegomena to Homer*, Princeton, Princeton University Press
- Hahn, H. (1933), *The Crisis of Intuition*, in «Empiricism, Logic, and Mathematics: Philosophical Papers», ed. Brian McGuinness, Dordrecht, Reidel, 1980
- Howell, M. e W. Prevenier (2001), *From Reliable Sources: an Introduction to Historical Methods*, Ithaca, Cornell University Press
- Innis, H.A. (1949), *The Bias of Communication*, in «The Bias of Communication», Toronto, University of Toronto Press, traduzione italiana *Le tendenze della comunicazione*, Milano, SugarCo, 1982
- Innis, H. (2008), *Strange Sympathies: Horizons of German and*

- American Media Theory*, in «American Studies as Media Studies», eds. Frank Kelleter and Daniel Stein, Heidelberg, Winter Kitter, F.A. (1999), *Gramophone, Film, Typewriter*, Stanford, Stanford University Press
- Mandelbrot, B. (1967), *How Long is the Coast of Britain: Statistical Self-Similarity and Fractional Dimension*, «Science», 156, 636-638
- McLuhan, M. (1962), *The Gutenberg Galaxy*, Toronto, University of Toronto Press, traduzione italiana *La galassia Gutenberg: nascita dell'uomo tipografico*, Roma, Armando, 1976
- Mumford, L. (1967), *The Myth of the Machine: Technics and Human Development*, New York, Harcourt, Brace and World, traduzione italiana *Il mito della macchina*, Milano, Il saggiatore, 1969
- Peters, J.D. (2008), «Communication, History of the Idea», International Encyclopedia of Communication, ed. Wolfgang Donsbach, Oxford, Blackwell
- Peters, J.D. (1999), *Speaking into the Air*, Chicago, University of Chicago Press, traduzione italiana *Parlare al vento: storia dell'idea di comunicazione*, Roma, Meltemi, 2005
- Peters, J.D. (2001), «Witnessing», *Media, Culture and Society* 23, 707-724
- Peters, J.D. (2003), «Space, Time, and Communication Theory», *Canadian Journal of Communication*, 28, 397-411
- Pollan, M. (2006), *The Omnivore's Dilemma: A Natural History of Four Meals*, New York, Penguin, traduzione italiana *Il dilemma dell'onnivoro: cosa si nasconde dietro quello che mangiamo*, Firenze e Milano, Giunti, 2011
- Ricoeur, P. (1981), «The Hermeneutics of Testimony», *Essays in Biblical Interpretation*, ed. Lewis S. Mudge, London, SPCK
- Ricoeur, P. (1981), *Hermeneutics and the Human Sciences*, collected and edited J.B. Thompson, Cambridge, Cambridge University Press
- Rosen, P. (2001), *Change Mummified: Cinema, Historicity, Theory*, Minneapolis, University of Minnesota Press
- Royce, J. (1965), *The Religious Aspect of Philosophy*, 1885, Gloucester, MA, Peter Smith

- Sophia, Z. (2000), *Container Technologies*, «Hypatia», 15, 181-201
- Thompson, M. (1979), *Rubbish Theory: The Creation and Destruction of Value*, Oxford, Oxford University Press
- Ulrich, L.T. (1990), *A Midwife's Tale: The Life of Martha Ballard, Based on Her Diary, 1785-1812*, New York, Knopf, traduzione italiana *La storia di una levatrice: la vita di Martha Ballard dal suo diario (1785-1812)*, Parma, Guanda, 1994
- Ulrich, L.T. (2007), *Well-Behaved Women Seldom Make History*, New York, Knopf
- Winthrop-Young, G. (2005), «Memories of the Nile: Egyptian Traumas and Communication Technologies in Jan Assmann's Theory of Cultural Memory», *New German Critique*, 96, 103-133
- Zelizer, B. (ed.) (2008), *Explorations in Communication and History*, London, Sage
- Žizek, S. (1999), *The Ticklish Subject*, London, Verso, traduzione italiana *Il soggetto scabroso: trattato di ontologia politica*, Milano, R. Cortina, 2003

Una storia della storia dei media

Mappa di una disciplina in formazione

di Gabriele Balbi

La bibliografia è stata scorporata da questo articolo e ne è stata fatta una sezione indipendente, quasi un nuovo capitolo, per due ragioni principali: la sua voluminosità e, soprattutto, la potenziale utilità come elemento autonomo e strumento di lavoro per chi voglia avvicinarsi alla storia dei media. Ciò non significa che la bibliografia proposta aspiri in alcun modo ad essere completa o esaustiva sul tema, ma, come ricordato nell'articolo, si tratta di un percorso bibliografico nella storia dei media, così come questa appena raccontata è «una» storia della storia dei media.

Desidero ringraziare tutti gli studiosi che hanno letto e commentato versioni precedenti di questo articolo, fornendomi utili spunti di riflessione e rimediando a veri e propri errori; in particolare, in ordine cronologico di discussione, Richard John, Lisa Gitelman, Finn Burton, Peppino Ortoleva e Giuseppe Richeri.

Questo articolo è potenzialmente pericoloso. Pericoloso, anzitutto, perchè l'obiettivo è quello di mappare una disciplina che sta trovando solo negli ultimi anni una certa stabilità. Pericoloso perchè fuorviante: come per ogni campo di ricerca, anche per la storia dei media è difficile annullare gli «stili nazionali», le scuole trasversali e gli indirizzi interdisciplinari, pretendendo di riunire in poche pagine e in un unico scritto le varie tendenze che hanno animato e stanno oggi animando il settore. Pericoloso, infine, perchè un articolo come questo risulterà sempre parziale e di fatto incompleto, essendo il frutto di

scelte arbitrarie: alcuni autori non sono stati citati, altri di sicuro mi saranno sfuggiti, determinate tendenze non saranno prese in considerazione per fondate ragioni, altre per errori miei. Mi sono tutelato, forse solo in parte, con il titolo: in queste pagine cercherò di ricostruire «una» storia della storia dei media. Una storia tra le tante che si possono raccontare, ma costruita pazientemente grazie a due elementi: una vasta revisione della letteratura esistente compiuta su testi inglesi, francesi e italiani; il tentativo di cogliere e raccogliere quanti più input ricevuti in anni di conferenze e di scambi con accademici italiani, europei e nord americani.

Questa storia della storia dei media si concentrerà su alcuni temi e proverà a fornire risposte (o almeno una serie di alternative) ad alcune domande che ancora animano gli storici e gli scienziati della comunicazione interessati alla dimensione diacronica dei mezzi. L'articolo si concentra, in particolare, su 5 aspetti: perchè è utile avere un approccio storico allo studio dei media; che cosa significa fare storia dei media; come si sta evolvendo il rapporto tra storia e media studies; passato, presente e tendenze future della disciplina; infine quale è stato il percorso che la storia dei media ha fin qui compiuto in Italia.

Perché fare storia dei media?

La prima domanda, forse ormai banale, con cui si deve confrontare un ricercatore che si avvicini allo studio diacronico dei media è quale utilità abbia questo tipo d'approccio. A prima vista in un settore che, come la comunicazione, sembra perennemente orientato al presente e a cogliere le tendenze del futuro, lo sguardo rivolto al passato appare come una perdita di tempo o, al più, un gioco stilistico per pochi addetti ai lavori. La storia dei media, in realtà, ha una rilevanza sia per il passato, che per il presente, che per il futuro.

Ha un'utilità per il passato per tre ragioni principali. In primo luogo, come qualsiasi altra forma di storia, quella dei media è rilevante per indagare le società vecchie attraverso una nuova lente d'osservazione che è quella della comunicazione, avanzando nuove spiegazioni e/o interpretazioni ai fatti della storia (Sloan and Startt, 1996, XI). La storia deve comprendere l'evoluzione e l'interrelazione tra i media perché uno dei suoi scopi principali,

specie dopo la rivoluzione storiografica degli *Annales*, è quello di penetrare, comprendere, afferrare in toto la «mentalità» dell'epoca che studia. Dal momento che i media hanno connotato in maniera crescente le società e le mentalità dell'Ottocento e del Novecento, è evidente che per comprendere gli ultimi 150-200 anni occorre includere i media nella ricerca storica (Jean-Jacques Becker, 1997, 221). Non soltanto per farne delle fonti, cioè dei documenti attraverso cui interpretare la realtà passata, ma andando più a fondo e individuando come i media sono stati utilizzati per portare alla luce temi e problemi della società passata e, al tempo stesso, per capire il ruolo che i media stessi hanno occupato e che occupano nei processi sociali più grandi. In secondo luogo, la storia dei media è utile per il passato perché è in grado di informare le generazioni presenti sulla loro storia o, in altri termini, di conservare la memoria delle modalità di comunicazione che furono. In terzo luogo, l'approccio storico alla comunicazione ha un'utilità per il passato più interna ai media studies e alla conoscenza della loro genesi. Dal momento che, come sostiene John Peters nel saggio contenuto in questo numero della rivista, il passato è costantemente emergente (J. Peters, 2011), analizzando storicamente i media possono venire alla luce dei passati alternativi, si possono riscoprire linee alternative e sconfitte che hanno però piena legittimità nello studio dei media contemporaneo. Gli esempi sono molti, ma mi si permetta di richiamare un mio lavoro sull'uso del telefono come mezzo di diffusione dei contenuti editoriali, la cosiddetta telefonia circolare (Balbi, 2010). Vedere il telefono come una radio, o meglio, comprendere che nel passato c'era una tale «flessibilità interpretativa»¹ che permetteva di fare del telefono sia un mezzo di comunicazione punto-a-punto che un mezzo uno-a-molti, è prendere coscienza che possa esistere un passato alternativo a quello «ufficiale».

¹ Il termine «interpretative flexibility» è stato introdotto dagli studi della Social Construction of Technology, un approccio che citeremo più volte in questo testo. Qui basti ricordare che, nella sua prima fase d'introduzione, un nuovo medium viene spesso utilizzato da diversi gruppi sociali per scopi differenti tra loro, fino a quando un uso specifico e univoco prende il sopravvento sugli altri possibili e si ha la cosiddetta «chiusura della flessibilità» (Pinch and Bijker, 1984, 419-424).

La storia dei media ha quindi la funzione essenziale di rileggere continuamente il passato mettendone in discussione le presunte stabilità su cui poggierebbero i media contemporanei.

La storia dei media ha poi un'utilità per il presente. Anzitutto, grazie alla storia, si possono capire meglio i media di oggi, la loro evoluzione e quindi le ragioni che hanno condotto al sistema attuale. La storia ci aiuta a capire il presente attraverso la conoscenza di come il presente è arrivato ad essere tale (Sloan and Startt, xii). C'è un forte legame tra vecchio e nuovo anche in relazione alla comunicazione: i nuovi media emergono sempre imitando o comunque ispirandosi ai vecchi, i quali a loro volta subiscono un processo di rimediazione e di spostamento di senso dovuto all'avvento della nuova tecnologia di comunicazione (Bolter and Grusin, 2000; Balbi, 2005). «Even the newest new media today come from somewhere», ha sostenuto Lisa Gitelman, per ricordare che ogni nuovo mezzo di comunicazione deve confrontarsi con caratteri, strutture, abitudini acquisite con i media passati e che occorre studiare i media passati per comprendere quelli presenti (Gitelman, 2006, 5). Secondo David Edgerton, storico della tecnologia, le continuità sono anzi più fondanti delle discontinuità e lo studio delle tecnologie della comunicazione, contrariamente a quanto avviene nella ricerca attuale, dovrebbe focalizzarsi sul vecchio più che sul nuovo, su ciò che rimane piuttosto che su ciò che compare (Edgerton, 2007).

Un'altra osservazione legata al tema vecchio-nuovo, e quindi all'utilità della storia dei media per indagare il presente, è che i media attuali sono frutto di un processo di selezione storica (Stober, 2004, 503). La televisione, ad esempio, ha rappresentato fino a ieri un mezzo di comunicazione con determinate caratteristiche (uno-a-molti, domesticità, forme, dimensioni, possibilità di essere azionata attraverso un telecomando, ecc.) perchè è stata soggetta a un lungo processo di selezione, che ha portato all'eliminazione di alcune componenti (il paradigma elettronico ha sostituito quello meccanico, la visione privata domestica quella collettiva extra-domestica, il colore ha rimpiazzato il bianco e nero, ecc.) e alla conservazione di altre. Studiare i media nella loro forma attuale, ignorando completamente il percorso che ha portato alla

standardizzazione di queste caratteristiche, significa misconoscere sia la vera natura dei mezzi di comunicazione sia, in prospettiva, la possibilità che essi mutino o siano già in fase di mutamento. È proprio il cambiamento a costituire un terzo fattore in grado di rivelare l'utilità della storia dei media per il presente. Le trasformazioni e le rivoluzioni della comunicazione attuale sembrano un fenomeno ineluttabile, un processo inarrestabile d'innovazione a valanga. La storia, anche in questo caso, può essere d'aiuto per capire che persino le rivoluzioni hanno precise traiettorie storiche e sono guidate da molteplici negoziati tra i diversi attori coinvolti; anzi, spesso un medium «è» una forma di negoziazione tra tecnologia e società. Non a caso, e questa rappresenta una delle due maggiori argomentazioni contro il cosiddetto «determinismo tecnologico», dallo stesso medium possono nascere due sistemi socio-tecnici (due media) totalmente differenti a seconda delle società che li impiegano.

C'è un ulteriore beneficio che lo sguardo della storia può apportare alla comprensione del cambiamento mediatico. Studiando la storia dei media si può infatti acquisire quella che Niels Brügger definisce una prospettiva dinamica, ovvero abituarsi a considerare i media in costante cambiamento, grande o piccolo che sia (Brügger, 2002). Anzi, forse è proprio il cambiamento la «central dimension of media history» (Poster, 2007, 46) perché i momenti di transizione sono spesso produttivi: in tali fasi vengono messe in forse le stabilità dei media, se ne contesta la natura ontologica e, più in generale, sono utili a comprendere come essi venivano percepiti e come questa percezione cambi nel corso del tempo (Uricchio, 2003, 35). È questa oltretutto una seconda argomentazione che viene spesso impiegata per contrastare il determinismo tecnologico: i media non sono oggetti dotati di un'identità propria e di una significatività univoca ma, cambiando costantemente, anche le loro presunte influenze «dirette» sulla società sono continuamente traslate, smussate, modificate.

La storia dei media, infine, può essere utile per il futuro. Quando si parla della relazione tra storia e futuro, molto spesso, riemergono due luoghi comuni che di fatto sono passati anche alla storia dei media: che la storia aiuti sia a non ripetere gli errori del pas-

sato sia a prevedere in qualche modo il futuro (Allan, 2008, 2923). La storia dei media può essere effettivamente utile al futuro, ma per altri versi. Anzitutto il passato ha molte caratteristiche in comune con il futuro: tanto nel passato come nel futuro, ad esempio, c'erano una serie di possibilità aperte, di media che potevano (e oggi possono) formarsi dall'incontro tra tecnologia e società; di convenzioni e protocolli non ancora stabilizzati. Studiare questa «openness of the past» (Zielinski, 2006, 10) è un modo per prevedere il futuro. Per prevedere non s'intende, naturalmente, che gli eventi debbano ripetersi allo stesso modo e che quindi la storia abbia in un certo senso un valore predittivo stretto². La storia ha però la capacità di allargare l'immaginazione, la prospettiva, la profondità dei giudizi, di stimolare il pensiero critico (Méadel, 1997; Godfrey, 2007) e, senza di essa, tutti i media studies sono meno equipaggiati nel comprendere il contesto significativo entro cui si sviluppano i loro stessi oggetti di studio, i media appunto (Conference Report, 1998, 201).

*I media
e le storie:
che cosa significa
adottare
un approccio
storiografico
ai media?*

«Fare» storia dei media può significare almeno cinque modi differenti di guardare ai mezzi di comunicazione dal punto di vista diacronico. Si può anzitutto fare storia «sui» media ricostruendo fatti ed eventi storici ad uso di programmi radiotelevisivi o siti internet. La storia sui media non è in genere riservata agli storici e agli studiosi di professione, ma spesso questi vi compaiono come esperti che commentano le immagini e i testi preparati da giornalisti (Nicholas, O' Malley and Williams, 2009). Una seconda alternativa per fare storia dei media è ricostruire la storia di «ciò che passa sui» media o, in altri termini, la storia dei contenuti; è un modo di fare storia che ribalta l'assunto McLuhaniano secondo cui il medium è il messaggio, interpretando invece il messaggio come elemento caratterizzante, e quindi degno di essere analizzato storicamente, del medium. Scopo di questa storia è, ad

² Naturalmente possono esserci similitudini tra passato e futuro, possono realizzarsi «trend» e «pattern» che però, per poter essere riconosciuti e interpretati, necessitano appunto una buona conoscenza della storia dei mezzi di comunicazione passati (su questo tema cfr. le teorie della «path dependence» e il concetto di «momentum» nei lavori di Thomas P. Hughes).

esempio, analizzare i programmi, i generi, le tendenze di linguaggio e i palinsesti radiotelevisivi nella loro evoluzione diacronica. Secondo Niels Brügger, queste prime due modalità di fare storia dei media sono essenzialmente un banale studio dei contenuti iscritti all'interno del medium e, sovente, chi pratica questi studi trascura la relazione dei contenuti con il medium in sé. In altre parole, sono storie che non prendono in considerazione lo specifico dei media (la «mediacy») attraverso cui i messaggi sono veicolati e, per questa ragione, non si possono considerare storie dei media e addirittura neppure forme di media studies (Brügger, 2002, 41).

Una terza via alla storia dei media può essere definita una storia «con» i media. Specie a seguito della già citata rivoluzione storiografica degli *Annales*, i mezzi di comunicazione sono stati considerati una fonte storiografica centrale per ricostruire la storia politica, economica, sociale, culturale. Fare storia con i media significa indagare un evento storico attraverso la loro lente spesso deformante, facendo dei mezzi di comunicazione delle semplici fonti che hanno però la capacità di comprendere in maniera più sottile alcuni aspetti della realtà passata. Si tratta anch'esso di un'approccio alla storia dei media che tende a studiare non tanto i media in sé, quanto gli eventi che dai media sono descritti e illustrati.

C'è una quarta via per fare storia dei media, autoriflessiva e interna ai media studies: la storia «delle teorie» dei media. Raccontare l'evoluzione diacronica dei pensatori e delle teorie che hanno connotato la ricerca sulla comunicazione ha una duplice funzionalità: da un lato, è un modo per indagare più da vicino la storia dei mezzi in sé, perché il modo in cui i media venivano studiati e compresi nel passato può aver giocato un ruolo nella loro stessa evoluzione; d'altro canto, la storia delle teorie dei media può avere una funzione euristica ed essere fonte d'ispirazione e confronto per l'elaborazione di nuove teorie (in altri termini, l'analisi delle modalità con cui i media erano pensati nel passato può influire sulle modalità con cui saranno pensati in futuro). Anche la storia delle ricerche sui media è inserita nella propria contemporaneità e le conclusioni/le domande cui arriva/risponde

variano in base al periodo storico e al contesto di riferimento (Wartella, 1996, 174). Fino a oggi le storie delle teorie dei media prodotte si sono perlopiù incentrate sugli sviluppi della «communication research» negli Stati Uniti (facendo in genere di Lasswell, Lazarsfeld e Katz i propri padri fondatori), trascurando spesso altri contributi e tradizioni teoriche non anglofone. Un altro elemento distintivo della storia delle teorie dei media è che questa è stata affidata più ai sociologi che agli storici³: a ben vedere, i manuali di sociologia della comunicazione sono infatti delle antologie di pensatori che tracciano una sorta di genealogia delle teorie della comunicazione.

La storia «dei» media, con il dei inteso al genitivo, rappresenta una quinta ed ultima via allo studio diacronico della comunicazione. Gli studiosi di storia dei media vedono i mezzi come un oggetto di ricerca autonomo, ne indagano le caratteristiche e le evoluzioni dal passato al presente, mirano a comprendere la nascita, l'evoluzione, l'interazione di un medium con tutti gli altri e con la società circostante.

Secondo Michael Schudson la storia che pone al centro del proprio campo d'indagine i media si può dividere in ulteriori tre grandi correnti. La prima, definita macro-storia della comunicazione, «considers the relationship of the media evolution and asks the question: how does the history of communication illuminate human nature?» (Schudson, 1991, 177-181). Le figure chiave di questo tipo di storia dei media sono quelle di Harold Innis e Marshall McLuhan e l'interesse principale è comprendere in che modo gli strumenti del comunicare abbiano plasmato la storia e le capacità della mente umana. John Nerone ha ricordato che tale approccio presenta due pericoli principali: ricostruire una storia dove tutto è comunicazione e dove tutto quello che si vuole trovare è già messo a punto prima di entrare negli archivi (Nerone, 2003, 99).

³ Gli storici dei media hanno cominciato solo recentemente a includere le teorie nel loro campo d'interessi (Park & Pooley, 2008); un'eccezione è costituita dal sito <http://historyofcommunicationresearch.org/bibliography> che da anni si propone di mappare la ricca e crescente bibliografia sulla storia delle teorie dei media.

La seconda tipologia di storia dei media è quella che Schudson definisce istituzionale, dove cioè i media sono analizzati anzitutto come istituzioni, nella loro articolazione, evoluzione, superamento e risoluzione di conflitti; si tratta, in larga parte, dell'approccio adottato da Asa Briggs nella sua ricostruzione della storia della BBC. Tra i problemi della storia istituzionale dei media, il principale è quello che analizza il medium indagando esclusivamente i rapporti di forza interni, senza cercare ragioni complesse ed esterne della sua evoluzione (Schudson, 1991, 178).

C'è infine una terza via alla storia dei media che Schudson indica come la vera e propria (utilizza il termine «proper») storia della comunicazione. Questa storia considera le relazioni dei media con la storia culturale, sociale, politica ed economica e risponde a una domanda fondamentale: «how do changes in communication influence and how are they influenced by other aspects of social change?» (ivi, 177). La storia dei media, in quest'ottica, è il risultato di un lavoro complesso e paziente, che deve considerare sia le influenze che i mezzi di comunicazione subiscono dalle componenti sociali, sia il loro potere di influenzare i discorsi e le pratiche sociali. Questa storia dei media richiede uno sguardo multifocale (Richeri, 2006), che coinvolge la dimensione tecnologica del medium, i suoi contenuti, i rapporti tra politica, società ed economia per il suo controllo, il fatto che i media siano al tempo stesso agenti ed amplificatori dell'evoluzione sociale (Stober, 2004). Grazie a questo modello si riesce a comprendere la profondità storica dei media, in un continuum tra pratiche sociali e culturali e materialità/tecnologia del medium in sé; è quanto già sosteneva negli anni Settanta del Novecento Raymond Williams, invitando a considerare la televisione sia nella dimensione di tecnologia che in quella di forma culturale (R. Williams, 2000).

Anche se fare storia dei media vuol dire almeno cinque cose diverse (e, all'interno della storia dei media, altre tre), è lecito chiedersi, in conclusione di questo paragrafo, se e come si possa definire la storia dei media. Gli studiosi di comunicazione, pur non trascurando l'analisi diacronica dei contenuti e l'utilizzo dei mezzi come fonti storiche, stanno sempre più convergendo verso una sorta di standardizzazione della storia dei media: al centro resta-

no il medium in sé e le interazioni socio-tecniche tra media e società, ma una vera storia della comunicazione si connota per la contemporanea presa in esame di diversi fattori. Se, come ha sostenuto Peppino Ortoleva, il termine «medium» possiede una «stratificazione di significati» tale da renderlo un oggetto complesso e multiforme (Ortoleva, 2009, 224), la storia dei media dovrà prendere in esame tutti questi livelli di significazione. Prendiamo ad esempio la storia del cinema. Essa consiste in una storia della «tecnologia» o degli insiemi di tecnologie (dalla lanterna magica, al colore, al sonoro, al cinema 3D); in una storia dell'«istituzione» o meglio della pluralità di istituzioni che danno un quadro di regole entro cui il cinema si orienta (le politiche nazionali a sostegno del cinema, il mercato cinematografico, le associazioni degli attori, ecc.); in una storia del «linguaggio» cinematografico; in una storia di un «luogo e di un oggetto» (il cinema come sala cinematografica, tanto che si dice «vado al cinema», e il cinema come oggetto di visione, «vorrei vedere un cinema» si diceva spesso); in una storia di «aspettative e sottintesi» socialmente condivisi (il cinema prima implicava lo spostamento fisico per la visione, il pagamento di un biglietto, la volontà di recarsi in sala era dettata anche dal sapere in anteprima cosa si sarebbe andato a vedere; oggi significa qualcosa di differente per la massiccia introduzione degli «home theater» e delle multisale). La storia dei media è tutto questo e qualcosa in più. Fare storia dei media significa avere un'abilità nel destreggiarsi tra le forze politiche e istituzionali che plasmano la legislazione attorno cui si formano i media (Starr, 2004) e quelle economiche che guidano i mercati nazionali e internazionali; tra la dimensione tecnologico-materiale di un medium e la sua possibilità di piegarsi, di evolversi, di essere riusato dagli utenti per propri scopi sociali e culturali; fare storia dei media significa comprendere la rilevanza culturale di un medium, le sue valenze sociologiche e psicologiche profonde, che si estrinsecano anche attraverso le fotografie, i dischi, i programmi radiotelevisivi, i siti internet (e quindi «il messaggio»).

Un altro carattere peculiare della storia dei media è la sua natura sistemica, con cui s'intendono almeno due elementi. Il primo, e

principale, è che la storia dei media differisce completamente dalle storie dei singoli mezzi di comunicazione, che hanno spesso tradizioni molto più antiche, come la storia del teatro, del giornale, della fotografia, del cinema, della televisione (Dahl, 1994, 554-557; Ortoleva, 1995, 23-38). La storia dei media è stimolata e stimola la storia dei singoli mezzi di comunicazione ma è diversa dalla semplice somma di queste altre storie. Lo storico dei media deve comprendere l'interrelazione dei media passati, la complessità di tutti i media presenti in un determinato tempo situato nel passato, il suo obiettivo è «the totality that emerges when one looks at the various inter-connected mass media of the past and focuses on the relations between them» (Bastiansen, 2008, 104). In quest'ottica tutti i media in una determinata società sono visti come un unicum, un sistema appunto, e allo storico dei media è necessaria una conoscenza approfondita della loro dinamica complessiva. Un singolo medium non è altro che il risultato di coesistenze, sovrapposizioni, lotte con gli altri media; in altri termini, un medium non è altro che il prodotto della presenza di altri media e, quindi, studiarlo isolatamente significa ignorarne questa natura relazionale profonda (ivi, 110).

Una seconda definizione di sistema dei media deriva direttamente dall'approccio multifocale. Ci s'interroga sulle diverse dimensioni politico, economico, tecnologico e culturali dei media semplicemente perchè tutte queste dimensioni fanno parte di un sistema, di un intreccio inestricabile. La storia è la disciplina più adatta a sciogliere questo intreccio perchè, così come l'antropologia, è «totale», ovvero in grado di cogliere i fatti umani e le loro relazioni con i mezzi di comunicazione nella loro piena e indissociabile interezza. Come è stato recentemente notato per la storia del cinema, ad esempio, la prospettiva che considerava esclusivamente la dimensione estetica della cinematografia è oggi insufficiente e, accanto all'analisi semiotica dei film, stanno sempre più emergendo riflessioni politiche, economiche, sociali, multimediali del mezzo: si tratta di un passaggio dalla storia del cinema a quella dei media (Staiger, 2004, 127).

Un ultimo carattere che contraddistingue la storia dei media, e anzi secondo alcuni studiosi ne costituisce il vero paradigma do-

minante (O' Malley, 2002, 170), è la sua interdisciplinarietà. La capacità di unificare e di accogliere le istanze delle altre discipline delle scienze sociali è del resto una caratteristica della storia in sé (Braudel, 1973) e la storia dei media in tal senso non fa eccezione; anzi, essa è ancor più interdisciplinare perché accoglie sia gli insegnamenti umanistici e delle scienze sociali (sociologia, semiotica, psicologia, economia, politologia, antropologia, cultural studies, letteratura), sia quelli tecnici, dal momento che i media hanno anche una materialità chimico-fisica la cui conoscenza è indispensabile per comprenderne a fondo la vera natura.

*I media
e la storia:
divergenze
e convergenze*

James Curran ha sostenuto come la storia sia la «neglected grandparent of media studies» (Curran, 1991, 27). Ciò si deve a una sorta di idiosincrasia tra storia e comunicazione. In primo luogo, come già ricordato, la comunicazione è orientata al presente, mentre la storia sembra essere maggiormente interessata al passato. I media sono coniugati al presente, all'*hic et nunc*; è una loro qualità intrinseca, una sorta di carattere originario (Dahl, 1994, 552). Anche le ricerche sulla comunicazione e sui media sono eccessivamente orientate al presente e discipline quali la sociologia della comunicazione, la psicologia, la semiotica, la linguistica analizzano i mezzi di comunicazione come se questi fossero in un certo senso a-temporali (Butsch, 2008, 86). La storia, al contrario, pur essendo utile sia per l'analisi del presente che per quella del futuro, ha la propria centralità nelle fonti e nei luoghi del passato (testi, apparati, musei, archivi, collezioni private) e, più in generale, fa del passato un elemento costitutivo. Per questa ragione, il mainstream della ricerca storica ha spesso guardato con diffidenza ai media studies e ha preso in considerazione i mezzi di comunicazione spesso soltanto quando non poteva farne a meno per scarsa significatività di altre fonti (Zelizer, 2008). In secondo luogo, lo studio dei media e quello della storia hanno tradizioni teoriche e metodologiche alquanto differenti. Le narrative orientate alla comunicazione mirano a spiegare i cambiamenti sociali con un'unica causa (i media appunto), mentre quelle storiche hanno un interesse per le spiegazioni complesse, pluricausali. Inoltre, mentre la storia è profondamente legata a

metodi e fonti di riferimento che oltretutto hanno radici antiche, i *media studies*, al contrario, hanno solo recentemente inaugurato proprie metodologie e hanno privilegiato a lungo l'applicazione pratica alla costruzione di un armamentario metodologico (si pensi all'orientamento delle scuole di giornalismo verso la professione e, cioè, all'insegnamento di tecniche giornalistiche più che di metodi e teorie d'analisi della comunicazione).

In terzo luogo, e più in generale, *media studies* e storia appartengono a due settori disciplinari radicalmente differenti. Anche se la loro genealogia è contrastata, i *media studies* hanno trovato un accoglimento, specie nelle università anglosassoni, nelle scienze sociali, mentre la storia ha una lunga tradizione nel settore delle cosiddette *humanities*. Scienze sociali e *humanities* sono andate sempre più distanziandosi nel corso del Novecento e anche storia e *media studies*, pur soffrendo le tensioni tra queste due discipline, sono andate via via divergendo (O' Malley, 2002).

In quarto luogo, una differenza sostanziale tra *media studies* e storia è stata spesso rappresentata dagli obiettivi. Mentre lo storico ricostruisce, mattone dopo mattone, piccole storie in base alle fonti a disposizione, gli studiosi di comunicazione sono maggiormente orientati alle grandi narrative (Nerone, 2006, 255). Si pensi alle affascinanti visioni della storia organizzate secondo i *media* dominanti proposte da Harold Innis e Marshall McLuhan; queste grandi narrative hanno spesso urtato lo storico, lo hanno insospettito per la loro difficile verificabilità e forse hanno contribuito a gettare un'ombra di scarsa scientificità su tutta la storiografia della comunicazione. Oggi gli storici, anche per la fortuna dell'approccio braudeliano della lunga durata, appaiono più aperti ai modi in cui gli altri umanisti e gli scienziati sociali riflettono sul passato (Nerone, 2008, 137), anche se il loro interesse rimane ancora concentrato sul dettaglio e sullo svelamento di una porzione di realtà attraverso la scoperta di nuovi documenti, piuttosto che sulla formulazione di una visione ampia del mondo.

C'è un'ultima ragione che ha contribuito a mantenere una certa distanza tra *media studies* e storia: lo snobismo di quest'ultima nei confronti dei *media* e della comunicazione in generale. Un primo snobismo, che potremmo chiamare di tecnica, ha portato

e talvolta porta ancora gli storici a «ignorare» i media come possibili fonti delle storie che stanno raccontando: essi impiegano, infatti, molto di più le classiche fonti a stampa (lettere, memoranda, documenti ufficiali), piuttosto che dischi grammofonici, pellicole cinematografiche, programmi radiotelevisivi (Dahl, 1994). Non è solo una questione di utilizzo dei media come fonte, ma di cecità verso i media tout court: le élite storiche, infatti, hanno spesso letto l'emergere dei mass media come un elemento secondario, come una spiegazione poco rilevante dei cambiamenti politici, economici e sociali della contemporaneità (O' Malley, 2002, 164). Una seconda forma di snobismo, di tipo corporativistico, consiste nelle riserve che gli storici hanno sulla legittimità della storia dei media come soggetto accademico autonomo che possa essere indagato con le tradizionali metodologie e pratiche professionali (Allan, 2008); per gli storici, a lungo i media non sono esistiti e la comunicazione è stata un settore marginale delle loro ricerche: un lavoro centrale per la storia dei media come quello della Eisenstein sul libro, ad esempio, non è considerato storia dei media, ma storia culturale o politica (Nerone, 2003, 95).

Tutte queste differenze che hanno contribuito a mantenere separati gli studi storici e i media studies, negli ultimi anni stanno lentamente scomparendo e le due discipline stanno progressivamente convergendo verso un nuovo campo di studi: la storia dei media. Anzi, si può oggi sostenere che la storia dei media sia ormai indispensabile anche per la stessa storia generale, dal momento che sarebbe assurdo affrontare lo studio della contemporaneità senza tenere conto della comunicazione che ne influenza e condiziona i sistemi politico-sociali (Anania, 2007, 147). Tale avvicinamento e progressivo processo di fusione, secondo John Nerone, è stato favorito dalla crescita d'importanza di almeno tre campi di studio: la storia della tecnologia, quella del libro e quella dell'opinione pubblica (Nerone, 2006). La storia della tecnologia, negli ultimi decenni, ha assunto una propria identità consolidata attorno ad associazioni di riferimento (SHOT e ICOHTEC su tutti), riviste scientifiche («Technology and Culture, History and Technology» e molte altre), studiosi e teorie (e tra

queste ultime la costruzione sociale della tecnologia, la SCOT, è divenuta molto popolare). La rilevanza della storia della tecnologia per quella dei media non risiede in una presunta convergenza tra le due⁴, ma nel fatto che la prima abbia fornito alla seconda alcuni capisaldi attorno cui crescere e strutturarsi: ha apportato un correttivo al presentismo dell'approccio scientifico ai mezzi di comunicazione; ha dimostrato che, in realtà, i nuovi media sono in parte vecchi e non così diversi da quelli del passato; infine ha ricordato come la tecnologia e i media non detengano un potere autonomo (Nerone, 2006, 255-56), contagiando i media studies con una certa allergia nei confronti del determinismo. La storia del libro, allo stesso modo, si è costruita un'identità propria, enfatizzando spesso la materialità del proprio oggetto di studio. Anche la storia della sfera pubblica, infine, sulla scorta dei lavori di Habermas (Habermas, 1972), ha assunto una certa rilevanza per gli studiosi di comunicazione (ivi, 259).

Grazie a questo incontro tra storia e media studies, la storia dei media sta acquisendo dei parametri sempre più definiti e ha assunto uno statuto di verità che si basa sulle fonti (e quindi sulla verificabilità); in altri termini, si è trasformata in un campo di studi vero, riconosciuto, storiograficamente serio. La comunicazione, di conseguenza, è divenuta un oggetto legittimo di studio storico, anzi forse l'oggetto che per eccellenza è in grado di spiegare e rispecchiare i cambiamenti culturali almeno degli ultimi due secoli.

Anche se solo negli ultimi anni si è avviata una piena riflessione storiografica sulla comunicazione e sui media, alcuni autori e approcci teorici, più di altri, hanno avuto un peso determinante nel forgiare quella che oggi definiamo storia dei media.

John Peters ha ricordato una serie eterogenea di studiosi che, a suo avviso, hanno contemplato «la possibilità che esistesse un oggetto come la comunicazione e che questo avesse una propria

*Il passato:
alcune ascendenze
della storia
dei media*

⁴ Secondo John Agar, anzi, questo avvicinamento tra storia della tecnologia e storia dei media è distante dal realizzarsi sia perchè fino a oggi sono stati pochi gli studi di storia della tecnologia che abbiano preso in esame i media, sia perchè la prima è interessata soprattutto agli artefatti e la seconda maggiormente ai contenuti (Agar, 2005).

storia»: da Tocqueville e Guizot in Francia, a Mill in Inghilterra, a Knies e Schäffle in Germania; da Charles Horton Cooley negli Stati Uniti a Werner Sombart in Germania, fino a Lewis Mumford, John Dewey, Edward Sapir, Walter Benjamin e in generale la Scuola di Francoforte (Peters, 2011). La figura secondo Peters prominente è però quella di Harold Adams Innis, peraltro una costante in tutti gli autori che hanno tentato di individuare delle genealogie della storia dei media.

Behringer fa risalire il manifestarsi di un'attenzione per la dimensione storica della comunicazione e, in particolare, per la relazione della comunicazione con i concetti di spazio e di tempo a due scuole di pensiero: la Chicago School of American Sociology e la Canadian Economic History. Nella prima fu rilevante il ruolo di Robert Ezra Park e nella seconda la presenza di Innis (e dell'allievo McLuhan), il loro interesse sia per un approccio sistemico sia, e principalmente, per un'analisi storica di ampio respiro e lunga durata del ruolo svolto dalla comunicazione (Behringer, 2006, 326). Sempre secondo Behringer, però, Innis e McLuhan hanno avviato una teoria dei media influenzata e, in ogni caso, indebitata con alcune tradizioni teoriche precedenti: dagli insegnamenti di Durkheim sull'importanza dello spazio come fatto sociale, a quelli di Einstein su spazio e tempo dipendenti dalla percezione umana; dalle teorie di Sapir-Whorf e Piaget sull'acquisizione culturale delle categorie di spazio e tempo, alla cognitive mapping; dalla Scuola di Francoforte, alla social construction di Berger e Luckman (ivi, 329)⁵.

Paddy Scannel individua nella Scuola degli Annales una genealogia fondamentale della storia dei media per una serie di fattori: l'opposizione nei confronti della «histoire événementielle», la perdita di significato dell'oggettività come elemento centrale della riflessione storica, il peso dei concetti braudeliani di larga scala e tempi lunghi («long durée»), l'interesse e la significatività assunta da alcuni elementi che in precedenza erano stati trascurati e

⁵ Occorre notare che il testo di Berger e Luckman venne pubblicato nel 1966 (a due anni dall'uscita di *Understanding Media*) e che, per qualche anno, rimase in ambito strettamente accademico. Teorizzarne un'influenza sull'opera di Innis e McLuhan appare quindi storicamente errato.

ritenuti secondari nella narrazione storica (ad esempio la classe operaia, le donne, la famiglia, il corpo) (Scannel, 2002, 193). Va forse aggiunto che, specie a partire dalla seconda generazione della Scuola degli Annales negli anni Sessanta e Settanta del Novecento, ci fu una progressiva presa di coscienza di come «tutto» fosse potenzialmente fonte storica (Le Goff, 1981, 249): per questa ragione anche i media sono entrati a pieno titolo a far parte della ricerca storiografica.

In questa breve analisi mancano almeno due tradizioni teoriche già citate e che, a buon diritto, possono dirsi fondative della storia dei media. In primo luogo, va ricordata tutta la tradizione della storia della tecnologia emersa nella seconda metà del Novecento, che per prima ha posto al centro dell'analisi storica gli artefatti tecnologici prodotti dagli esseri umani (quali peraltro sono i media). Per la storia dei media, in particolare, sono feconde due delle maggiori correnti di pensiero che, nate negli anni Ottanta del Novecento, hanno guidato e stanno guidando la storia della tecnologia negli ultimi anni: la Social Construction of Technology, con la fondamentale presa di coscienza che anche gli oggetti tecnici sono socialmente costruiti, e l'Actor-Network Theory (ANT), sviluppata dagli studiosi di STS Michel Callon and Bruno Latour e dal sociologo John Law, che ha contribuito a posizionare al centro dell'analisi storica l'artefatto tecnologico come elemento socio-tecnico. La seconda tradizione cui si faceva cenno, di grande rilevanza specialmente nel mondo allofono e ora sempre più in quello anglosassone, è stata avviata da Friedrich Kittler tra gli anni Settanta e Ottanta del Novecento teorizzando uno stretto legame tra il cambiamento dei media e le modalità in cui una società si relaziona (Kittler, 1990, 1999); questo approccio, spesso accusato di determinismo, pone comunque l'analisi storica al centro dei media studies.

Risolto o in fase di risoluzione il conflitto tra storia e media studies, la storia dei media è oggi una disciplina in forte crescita come testimonia il suo recente consolidamento in termini di associazioni, pubblicazioni e rilevanza accademica (Day, 2007).

Per quanto concerne il primo aspetto, sono diverse le associazioni

*Il presente:
le ragioni
della crescita
di popolarità*

internazionali interamente dedicate o che hanno stabilito gruppi d'interesse specifici per la storia dei media e della comunicazione. La più antica in questo senso è la sezione di storia fondata in seno alla International Association for Media and Communication Research (IAMCR): l'associazione nacque nel 1957 e la «history section» solo un anno dopo, nel 1958 (<http://iamcr.org/s-wg/cctmc/history-mainmenu-152>). Un'intera associazione dedicata all'analisi storica del cinema, della radio, della televisione e dei media ad essi collegati, è la International Association for Media and History (IAMHIST, <http://iamhist.org/about>) fondata nel 1977; questa organizzazione è riservata non soltanto ad accademici ma anche a registi, broadcasters ad archivisti ed è più orientata verso lo studio dei media come fonti storiche, piuttosto che della storia dei media in sé. La maggiore associazione americana di storia della tecnologia (la Society for the History of Technology, SHOT) nel 1986 ha creato un gruppo speciale d'interesse chiamato Mercurians, il cui scopo è quello di riunire gli studiosi interessati alla storia delle tecnologie di comunicazione variamente definite (<http://www.mercurians.org>). Due tra le maggiori associazioni di comunicazione hanno stabilito solo di recente speciali sottogruppi dedicati allo studio storico dei media. La International Communication Association (ICA) ha istituito un Communication History Interest Group (CHIG) durante la Conferenza di San Francisco del 2007 (<http://communicationhistory.org>). La European Communication Research and Education Association (ECREA), infine, ha istituito una sessione tematica di Communication History alla Conferenza di Barcellona del 2008 allo scopo di raccogliere gli studiosi interessati alla storia della comunicazione europea (<http://www.ku-eichstaett.de/ecrea>). Tra le associazioni di storia, infine, quella che sembra manifestare il maggior interesse per la storia dei media è la European Social Science History (ESSH), come dimostra la tavola rotonda sullo stato dell'arte e le prospettive future della storia della comunicazione organizzata all'ultima conferenza di Gand dell'aprile 2010.

In termini di pubblicazioni la storia dei media è cresciuta sia per le numerose monografie pubblicate in questi ultimi anni (Hampton, 2005), sia soprattutto per il crescente numero di ri-

viste scientifiche internazionali che sono dedicate o mostrano interesse allo studio storico dei media (Day, 2007; Scannel, 2002, 204). Le due riviste internazionali espressamente dedicate alla storia dei media, specialmente di massa, sono «Media History» e l'«Historical Journal of Film, Radio and Television», entrambe nell'orbita di IAMHIST. Vi sono poi una serie di altri «journal» sempre più interessati a contributi in cui emerga il multiforme rapporto tra storia e comunicazione: tra le riviste di storia della tecnologia più attente all'analisi diacronica delle tecnologie della comunicazione (e delle telecomunicazioni in particolar modo) si vedano «Technology and Culture», «History and Technology», «ICON», «ISIS» e, in parte, «Social Studies of Science»; tra le riviste di comunicazione «Media, Culture and Society» e «European Journal of Communication». Questo elenco non è esaustivo e, a dipendenza del taglio storiografico adottato dai singoli autori, vi sono riviste di storia politica, economica, sociale, culturale o di storia e storiografia generale che pubblicano articoli sui media.

Un ultimo indicatore della rilevanza acquisita dalla storia dei media, più difficilmente dimostrabile in questo caso, è il crescente inserimento di questa materia o di materie affini come la storia dei singoli mezzi nei curricula e nei programmi d'insegnamento delle facoltà di comunicazione. Ciò sta comportando anche l'apertura di posizioni accademiche che prevedono un profilo dei candidati sempre più vicino a quello dello «storico dei media», una figura che è oggi ancora a cavallo tra lo storico classico e lo studioso di comunicazione, ma che in futuro probabilmente sarà sempre più specifica e in grado di trascendere o sussumere le due anime di cui si è nutrita fin qui la disciplina.

La crescente importanza della storia dei media negli ultimi anni non è un fenomeno improvviso e inspiegabile. In primo luogo, è una naturale evoluzione delle discipline, un fenomeno ondulatorio che coinvolge regolarmente i settori di studio che talvolta diventano rilevanti a scapito di altri, per poi incontrare a loro volta fasi di scarsa fortuna. È semmai sorprendente che, proprio in un momento come quello attuale in cui la storia viene spesso messa in secondo piano, emerga questo interesse oltretutto in una disciplina, come la comunicazione, da sempre orientata all'analisi del

presente. Potrebbe essere proprio questo, in secondo luogo, un aspetto di cui tenere conto per spiegare la fortuna recente della storia dei media: quest'ultima, infatti, sembra in grado di fornire alcune risposte efficaci ai limiti delle altre discipline che hanno indagato e indagano il multiforme universo della comunicazione. La storia dei media, come detto, è per sua natura interdisciplinare e totale e questa recente fortuna potrebbe derivare proprio dalla sua capacità di impiegare, contaminare e ristrutturare diversi saperi che si erano occupati in precedenza di comunicazione. La storia, insomma, potrebbe aver svolto un ruolo di collante tra tutte le discipline impiegate nei media studies, costituendo una sorta di macro-lente, di super-disciplina con cui osservare i media da diversi punti di vista; non è un caso che, come già ricordato, sempre più gli storici «dei» media siano interessati a narrazioni e a spiegazioni complesse che mettano assieme le dimensioni politiche, economiche, tecniche, sociali, culturali (e, a ben guardare, spesso anche psicologiche e antropologiche).

Si pensi solamente alle note 7 narrative della storia dei media teorizzate da James Curran⁶ (Curran, 2002a). La narrativa liberale sostiene che il processo di democratizzazione della società è stato rafforzato dalla nascita dei media di massa, i quali, nel corso degli ultimi secoli, sono diventati sempre più indipendenti dal controllo politico e hanno così dato più potere e più libertà alle persone. La narrativa femminista individua nei media una delle ragioni principali per cui l'universo femminile ha superato una condizione d'inferiorità rispetto a quello maschile raggiungendo, nel corso dell'Ottocento e soprattutto nel Novecento, una serie di diritti politici, economici e sociali. La narrativa populista evidenzia un movimento liberatorio grazie a cui, nel corso dell'Otto-Novecento, le persone hanno ottenuto dai media quelle forme d'intrattenimento cui avevano sempre aspirato, ma che le erano state spesso negate da una visione paternalistica delle élite.

⁶ Inizialmente Curran ne individuò 6 e ne aggiunse una settima (la narrativa determinista tecnologica) in un'ulteriore elaborazione della sua teoria pubblicata in *Media and Power* [(Curran, 2002b); sulle narrative di Curran cfr. anche Allan, 2008 e Bailey, 2009].

La narrativa libertaria racconta il conflitto tra liberali e tradizionalisti per la regolazione morale dei media. La narrativa antropologica, di cui un esempio è il lavoro di Anderson sul concetto di nazione come «comunità immaginata» (Anderson, 1996), sottolinea la capacità dei mezzi di comunicazione di farsi simboli attorno ai quali si struttura l'identità collettiva. La narrativa radicale, esemplificata dalle teorie sul declino della sfera pubblica di Habermas (Habermas, 1972), sostiene che i media abbiano portato ad una sorta di regresso della società, creando più problemi di quanto siano riusciti a risolverne. La settima e ultima narrativa, quella determinista tecnologica, è caratterizzata da diverse argomentazioni: che un nuovo medium alteri le dimensioni di spazio e tempo, che influenzi la società sia modificando la percezione sensoriale umana sia alterando la struttura delle relazioni interpersonali precedentemente acquisite (Curran, 2002b, 51-53).

La segmentazione dei media studies in narrative proposta da Curran, pur contenendo alcune debolezze⁷, fornisce spunti illuminanti nel tentativo di mappare le modalità con cui la storia dei media è stata raccontata. Queste narrative evidenziano come la storia della comunicazione non sia solo una disciplina inserita appieno nelle tradizioni di ricerca dei media studies, ma addirittura rappresenti ormai, come detto, una sorta di disciplina-guida; un disciplina che ha saputo rinnovarsi rielaborando altre metodologie, tecniche e tradizioni teoriche, facendo propri temi di grande impatto per tutti i media studies e fornendo nuove spiegazioni coerenti. Alcuni di questi temi, in parte adottati dagli

⁷ Tra le tante possiamo ricordarne tre: anzitutto, come ammesso dallo stesso autore, questa come altre classificazioni tende a semplificare eccessivamente il quadro e a non rilevare le incoerenze interne alle singole narrative (Curran, 2002a, 148); in secondo luogo, l'elenco delle narrative potrebbe essere più lungo, ad esempio, stupisce l'assenza di un riferimento alla Social Construction of Technology e alla sua crescente rilevanza nello studio storico dei media (Miconi, 2005; Boczkowski & Lievrouw, 2007); in terzo luogo, ed è forse questa la maggiore riserva, si tratta di una divisione profondamente conaturata alla realtà anglosassone e che difficilmente funzionerebbe in altri contesti politico-sociali. Non è un caso che, nel contestare un'interpretazione esclusivamente liberale, Hallin e Mancini abbiano proposto tre diversi modelli d'analisi del rapporto tra media e politica: uno stile pluralista polarizzato tipico dell'area del Mediterraneo, uno liberale del nord Atlantico, un terzo corporativista democratico del centro-nord Europa (Hallin e Mancini, 2004).

storici perchè costituivano delle «mode» di ricerca cui di certo l'accademia non è estranea, da un lato hanno fortemente influenzato la ricerca storica sui media, dall'altro, proprio grazie al contatto con la storia, ne sono stati a loro volta modificati. La storia dei media, per converso, ha quindi favorito un'estensione dei significati e dei campi semantici di molte altre discipline che studiano la comunicazione. Un caso emblematico è quello dei nuovi media, il cui rapporto con la storia sta diventando costante oggetto d'analisi degli studiosi di comunicazione (Park, Jankowski and Jones, 2011). Ci sono almeno tre ragioni per cui nuovi media e storia si stanno intrecciando così profondamente. In primo luogo i nuovi media possono essere ritenuti tra i maggiori «responsabili» dell'attuale interesse per la dimensione storica della comunicazione. I «nuovi» media, d'altronde, presuppongono già nel loro nome una tensione di natura storica tra un passato-vecchio e un presente-nuovo che lascia ampio spazio per l'intervento della ricerca storica. Che l'esplosione delle nuove forme di comunicazione stimoli un interesse per le vecchie, e quindi la ricerca storica sui media tout court, è un fenomeno del tutto naturale perché, come aveva già ricordato Benedetto Croce, lo studio della storia è sempre guidato da un interesse che si manifesta nel presente⁸. Se ben guardiamo alla storia dei media, inoltre, molto spesso essa è stata una storia dei nuovi media, ha cioè preso in considerazione le vecchie tecnologie in una fase in cui queste si stavano formando o erano neonate⁹; lo storico dei media, quindi, è colui che più di tutti gli altri studiosi di comunicazione ha familiarità con i nuovi media semplicemente perchè li ha sempre studiati quando erano vecchi (Marvin, 1994). In secondo luogo si può parlare di una vera e propria storia dei nuovi media (Flichy, 2002), che sta oltretutto favorendo l'emer-

⁸ Naturalmente, come non hanno mancato di rilevare alcuni storici dei media, l'essere guidati da interessi del presente nello studio del passato è potenzialmente pericoloso perché si rischia di assegnare a quest'ultimo valori del presente, un grave pericolo per chi fa storia e che prende il nome di anacronismo (Cavanagh, 2007).

⁹ La storia dei media si è spesso concentrata sulle fasi iniziali di sviluppo dei mezzi di comunicazione, riprendendo un errore comune anche della storia della tecnologia (Edgerton, 1999).

sione della storicità di alcuni concetti affini; si pensi, ad esempio, alla cosiddetta convergenza dei media, un fenomeno che, pur apparendo come tipicamente contemporaneo, ha in realtà una lunga storia indipendente dai media digitali (Winsek, 1999; Thorburn and Jenkins, 2003, 3; Staiger & Hake, 2009). Lo stesso termine «nuovo medium» ha una sua storia e, nell'ambito della ricerca sociale, è stato impiegato fin dagli anni Sessanta e Settanta dagli studiosi che si sono occupati di tecnologie dell'informazione e della comunicazione, dando anche il titolo ad un libro di Ron Rice del 1984. L'interesse degli studiosi per i nuovi media è quindi vecchio. Infine il contatto tra nuovi media e storia ha prodotto e sta producendo un benefico effetto per i media studies in generale perché spesso la storia è in grado di illuminare aspetti non banali della situazione presente. Si consideri, ad esempio, quanto William Uricchio ha sostenuto a proposito dell'«instabilità testuale», considerata come una delle principali caratteristiche dei cosiddetti nuovi media, ma presente anche nella storia dei media passati. Ad esempio il testo della Bibbia nel periodo precedente alla stampa a caratteri mobili era profondamente instabile e, più in generale, instabili sono tutti i media nella fase della loro formazione (Uricchio, 2004, 164-165): si tratta di una rielaborazione del concetto di «flessibilità interpretativa» della SCOT, un concetto profondamente storico perché invita a chiederci quali sono state le opzioni possibili (e quali quelle soppresse) nelle diverse fasi di vita di un mezzo di comunicazione. La storia, tra le altre cose, può quindi aiutare gli studiosi di comunicazione a pensare ai media non tanto come oggetti fissi e stabili, quanto come sistemi dotati di un'instabilità storica; non come del tutto nuovi, ma al contrario come rinnovabili, frutto cioè di un passato che ne ha condizionato lo sviluppo e che continuamente riemerge (B. Peters, 2009, 15).

Nessuno può conoscere con esattezza quale sarà il futuro della storia dei media, se cioè manterrà questo trend crescente, se lo intensificherà o se cadrà in disgrazia come già successo ad altri campi di studio. Quello che però appare chiaro è che la storia dei media dovrà espandersi in altre direzioni.

*Il futuro:
altre storie
dei media?*

In primo luogo, come hanno sottolineato svariati autori (Chapman, 2005; Dahl, 2002, 82; Scannel, 2002, 204, tra gli altri) la storia dei media dovrà essere sempre più comparativa. Oggi le storie della comunicazione sono perlopiù nazionali perché, da un lato, gli studiosi scrivono spesso nella propria lingua, rendendo più difficoltosa una lettura generalizzata dei loro contributi, e dall'altro perché gli archivi sono sovente organizzati a livello nazionale e contengono documenti che riguardano il singolo paese (si pensi agli archivi di Stato e alle biblioteche nazionali, due luoghi principe anche per lo studio della storia dei media). La nuova storia dei media dovrà quindi essere più comparativa, anche perché gli stessi media stanno diventando sempre più globali: anzitutto dovrà essere scritta almeno in parte in inglese¹⁰, o comunque in una lingua che nella comunità scientifica sia ritenuta come franca, in modo che si possano stimolare dibattiti internazionali; in secondo luogo dovrà probabilmente essere frutto di collaborazioni tra più studiosi. Non è infatti pensabile che un singolo studioso possa conoscere a fondo la situazione storica di tutti i paesi e s'impone quindi uno sforzo realmente collettivo.

Ci sono svariate modalità, oltretutto integrabili tra loro, di fare storia dei media da un punto di vista comparativo: si può considerare un arco di tempo limitato nella storia di uno o più media oppure prediligere un'approccio comparativo di lunga durata che prenda in considerazione l'evoluzione di tutta la storia del/i mezzo/i; si può scegliere se compiere un'analisi comparativa del singolo medium, magari nell'interazione con gli altri ma sempre ponendo al centro del focus quel medium, oppure paragonare i sistemi dei media nazionali; restando in ottica di sistemi dei media, questi si possono confrontare sia spazialmente (sistemi dei media in diversi paesi), sia temporalmente (sistemi dei media in diverse epoche e loro evoluzione) (Bignell and Fickers, 2008,

¹⁰ Con questo non si vuole sostenere che la sola scrittura accettabile in ambito accademico sia oggi quella in inglese; non solo perché l'attuale preferenza per l'inglese è anch'esso un fatto fondamentalmente transitorio e storico, ma anche perché spesso l'inglese scritto da non madrelingua comporta un complessivo impoverimento linguistico e concettuale.

9-12). Quello che pare invece imprescindibile, per una comparazione realmente efficace, è il fatto d'applicare metodologie d'analisi e domande di ricerca identiche nelle diverse realtà nazionali (Salokangas, 2002, 101).

Oltre ad essere più comparativa, la storia dei media del futuro dovrà essere più sovranazionale. Anche se i due concetti sembrano vicini, in realtà con sovranazionale s'intende che la storia dei media dovrà proseguire o, in alcuni casi, avviare lo studio dei mezzi o degli organismi che si sono occupati di regolare la comunicazione a livello sovranazionale: per citare solo alcune istituzioni europee si pensi all'Unione Postale Universale (UPU), all'Unione Internazionale delle Telecomunicazioni (ITU), all'European Broadcasting Union (EBU); tutte associazioni che hanno guidato la costruzione e la regolamentazione delle reti di comunicazioni europee e che hanno una storia rilevante e utile sia per comprendere meglio i singoli casi nazionali, sia e soprattutto per indagare la genesi dei processi globali contemporanei¹¹.

Una terza direzione verso cui la storia dei media sembra potersi espandere in futuro è di natura geografica. La storia dei media dovrà essere più globale perchè, in questo momento, è fondamentalmente dominata dalla prospettiva e dalla scholarship anglo-americana (Chapman, 2005, 6) o comunque da quella occidentale. Questo processo d'estensione geografica è probabilmente connaturato alla capacità delle scienze della comunicazione, dei media studies e della stessa memoria storica di ritagliarsi uno spazio importante nei sistemi accademici, statali, economici e sociali dei paesi emergenti (Anania, 2007). Solo così potremmo cominciare ad avere storie dei media africane, asiatiche, oceaniche che oltretutto hanno stretti legami con quelle occidentali, non fosse altro perché da queste ultime sono spesso state avviate e plasmate in tempi coloniali (Cryle, 1999).

Ci sono poi delle linee espansive più interne alla storia dei media attuale e che coinvolgono mezzi di comunicazione che, per alcune

¹¹ Un tentativo di avviare una storia europea delle infrastrutture di comunicazione è stato fatto dal gruppo Tensions of Europe (<http://www.tensionsofeurope.eu>).

ragioni, sono stati studiati meno di altri. Si pensi alle telecomunicazioni (quali telegrafia, telefonia, comunicazioni satellitari) che hanno avuto una minore attenzione rispetto ai media di massa (Balbi, 2009); ai media sonori che hanno avviato un numero di studi decisamente inferiore rispetto ai media visivi; infine ai cosiddetti mezzi di comunicazione sconfitti, cioè a quei media di cui non si conosce la storia semplicemente perchè scartati in favore di altre soluzioni, ma che erano a tutti gli effetti parte della società passata.

Oltre a queste linee espansive, a queste tendenze che sembrano già manifestarsi e che probabilmente segneranno la storia dei media nei prossimi anni, la «media history», come peraltro tutte le forme di storia, dovrà confrontarsi anche con i materiali che avrà a disposizione, cioè con quello che rimarrà del nostro presente. L'eredità che il mondo contemporaneo sta lasciando allo storico dei media del futuro è un tema che ho già affrontato in un altro saggio e a quello rimando (Balbi, 2011). Qui basti ricordare che, a dipendenza di come verranno risolti alcuni problemi inerenti alle fonti storiche (digitalizzazione, stabilità e consultabilità futura, istituzioni incaricate di preservarle, processo di selezione della grande quantità di informazioni costantemente prodotte, modalità di conservazione), il mestiere di storico dei media del futuro potrebbe essere sensibilmente diverso rispetto a quello odierno.

*Per una storia
della storia
dei media
in Italia*

In Italia lo studio della comunicazione di massa ha avuto inizio soltanto negli anni Cinquanta del Novecento e, quindi, in ritardo rispetto alla ricerca statunitense e a quella di molti altri paesi europei. Secondo Giovanni Bechelloni la ricerca sulla comunicazione nel paese ha attraversato tre diverse fasi (Bechelloni, 1995, 268-285). Una prima, che va dagli anni Cinquanta al 1968, vide la traduzione di alcuni testi-chiave stranieri sulla comunicazione, una prima presa di contatto bibliografica e metodologica dei ricercatori italiani con la nuova materia di studio e, infine, la nascita di un interesse per i problemi della società di massa e il ruolo dei media. Una seconda fase va dal '68 ai primi anni Ottanta e segnò l'istituzionalizzazione e la crescita degli studi sulla comunicazione; si pensi ad esempio alla creazione del DAMS a

Bologna (Giglioli, 1994, 33) o alla fondazione di due riviste che hanno costituito, e ancora oggi costituiscono, un luogo ideale di confronto per gli studiosi dei media del paese: «Problemi dell'informazione» e «IKON». La seconda metà degli anni Ottanta e gli anni Novanta, infine, hanno segnato una terza fase degli studi sui media, caratterizzata da una sempre più marcata interdisciplinarietà, dalla creazione di ponti tra la ricerca accademica e quella amministrativo-industriale e, infine, dalla rapida espansione dei corsi di laurea in Scienze della comunicazione e delle scuole di giornalismo (ibidem, 40).

L'interesse storiografico e le prime pubblicazioni sulla «storia» dei principali mezzi di comunicazione italiani sono ancor più recenti e si avviarono nel secondo periodo indicato da Bechelloni, coincidente con gli anni Settanta-Ottanta. Probabilmente non sono estranei a questo interesse e a questa presa di coscienza i radicali cambiamenti che avvennero nel sistema dei media italiano di quel periodo causati, con una sorta di effetto a catena, dalla rottura del monopolio radiotelevisivo. La storia della stampa e del giornalismo in Italia, se si fa eccezione per il contributo di Gaeta risalente agli anni Sessanta (Gaeta, 1966), si sviluppò a partire dalla metà del decennio successivo, con gli 8 volumi di Bellocchi (Bellocchi, 1974-1980) e col progetto della Laterza lanciato nel 1976 e proseguito fino al 1994 (i primi volumi furono Murialdi, 1976 e Castronovo, Ricuperati e Capra, 1976; l'ultimo Castronovo e Tranfaglia, 1994). L'interesse per la storia del cinema italiano si avviò addirittura negli anni Cinquanta e Sessanta (Prolo, 1951 e Lizzani, 1961), per poi anch'esso esplodere negli anni Settanta (Jean e Ford, 1972; Faldini e Fofi, 1979; Brunetta, 1979). Anche la storia della radiofonia italiana, e in particolare i suoi legami con il Fascismo, nella seconda metà degli anni Settanta trovò spazio in tre volumi pubblicati nel giro di tre anni (Monteleone, 1976; Monticone, 1978; Papa, 1978) e in un quarto più orientato all'analisi comparata (Doglio e Richeri, 1980). Lo studio della storia della televisione italiana, anche qui anticipata da qualche caso sporadico (Chiarenza, 1978; Martini 1985), conobbe una certa fortuna solamente nel corso degli anni Novanta (Monteleone, 1992; Grasso, 1992; Ortoleva, 1995b;

Menduni, 1996). Pur rimanendo ancora un settore largamente ignorato dagli studiosi di comunicazione, anche la storia delle telecomunicazioni italiane ha suscitato un certo interesse tra la fine degli anni Ottanta e i primi anni Novanta (Bottiglieri, 1987, 1990, 1995; Richeri, 1991). Sempre nello stesso periodo, infine, si è cominciata a ricostruire la storia di quelli che già allora venivano definiti nuovi media (Richeri, 1992).

Fin qui si è tentata una sommatoria, e sicuramente incompleta, ricostruzione storica dei primi studi che hanno indagato la dimensione diacronica di alcuni media italiani. Di una disciplina a se stante come la storia dei media, però, in Italia almeno fino agli anni Novanta non se ne parlò e un contributo decisivo verso la sua istituzionalizzazione venne da Peppino Ortoleva, che citò espressamente la storia dei media nel titolo di un suo libro del 1992, per poi arrivare a coniare il termine «mediastoria» nel 1995 (Ortoleva, 1992, 1995a). Dalla metà degli anni Novanta l'interesse per questo campo di studi è in costante aumento anche in Italia come dimostrano alcuni fattori. In primo luogo, la traduzione in italiano di alcuni testi e, anche se questo termine è improprio, di alcuni manuali che analizzano sistemicamente l'evoluzione dei media nella storia (Flichy, 1994; Jeanneney, 1996; Barbier e Bertho-Lavenir, 2002; Briggs e Burke, 2002; Lyn e David, 2005) o addirittura la stesura da parte di studiosi italiani di alcuni testi didattici su media e storia (il precoce Giovannini, 1984; Baldini, 1995; Ottaviano, 1997; Ciuffoletti e Tabasso, 2005).

Un secondo indicatore della crescita d'interesse per un approccio storico alla comunicazione è dato dal successo delle «altre» storie dei media: il successo dei programmi radiofonici e televisivi che trattano di storia (la storia «sui» media); la fortuna di alcune pubblicazioni che hanno ripercorso la storia della programmazione televisiva (la storia di «ciò che passa sui» media); l'istituzionalizzazione nei curricula di comunicazione di corsi come sociologia della comunicazione (che spesso si occupa di insegnare e ricercare la storia «delle teorie» dei media); la riflessione, peraltro avviata già partire dagli anni Ottanta, sui mezzi di comunicazione come fonte per la storia.

In terzo luogo, la storia dei media sta crescendo in Italia anche come disciplina accademica, tanto che svariati insegnamenti sono stati attivati nelle università italiane e italofone.

D'altra parte, in Italia come e più che in altri paesi, la storia dei media deve e può ancora crescere e soprattutto istituzionalizzarsi. Può crescere a livello di ricerche, dal momento che, ancora oggi, i contributi che mirano a ricostruire tutta o una parte delle storie dei sistemi dei media nel paese restano scarsi e profondamente eterogenei tra loro per interessi e metodologie della ricerca (Cannistraro, 1975; Forgacs, 1990; Colombo, 1998; Varni, 2002; Hibberd, 2008). Probabilmente è tempo che una «seconda generazione di studiosi», come l'ha definita Paddy Scannel, ritorni agli archivi e, sulla scorta di quanto già fatto dai maestri, riconsideri anche grazie a nuove fonti gli elementi della storia dei media italiani che paiono cristallizzati; una generazione che riscopra strade, idee e soluzioni di comunicazione abbandonate; allarghi il campo d'indagine sui media poco studiati; compia un vero tentativo d'indagare da vicino i rapporti tra media e società italiana; si sforzi di confrontare e collegare la storia della comunicazione del paese con quella di altre nazioni, europee e non solo.

La questione più urgente, però, pare quella di una definitiva e riconosciuta istituzionalizzazione della disciplina. Anzitutto, la storia dei media è oggi frammentata, e in parte contesa, da almeno tre settori disciplinari: cinema fotografia e televisione (L-ART/06), che vede nei media un soggetto specifico di studio della società; storia contemporanea (M-STO/04), che vede nei mezzi di comunicazione un elemento utile allo studio della storia; sociologia dei processi culturali e comunicativi (SPS/08) che legge i media come fattori rilevanti del mutamento sociale. In secondo luogo, la storia dei media in Italia non ha ancora del tutto acquisito i due caratteri che John Nerone indica come indispensabili per l'istituzionalizzazione di una nuova disciplina: un vocabolario e un set di problemi comune (Nerone, 2003, 110). Forse, per raggiungere questo fine, sarebbe utile un convegno che si interroghi sullo statuto e sulle basi epistemologiche della storia dei media in Italia; sarebbe questa un'occasione per confrontare e

discutere metodologie, fonti, ricerche in atto, possibilità di collaborazione; sarebbe forse un'occasione per avviare pubblicazioni, per istituire un'associazione e, cosa che penso sia la più importante, lanciare una rivista sulla storia dei media italiani, in modo da far conoscere a un'audience internazionale le ricerche che si svolgono nel paese. Si tratta naturalmente di un percorso lungo e, forse faticoso, ma sarei lieto che questo contributo, parziale e contestabile, possa rappresentare il primo tassello per l'avvio di un'ampia e articolata discussione sullo statuto di questa disciplina nel nostro paese.

Media

Riflessioni intorno a un concetto

di Peppino Ortoleva

Quando uscì in Italia il libro più celebre di Marshall McLuhan, nel 1967, subì una «correzione» già nel titolo: *Understanding Media* diventò «Gli strumenti del comunicare». Gran parte degli italiani, anche di buona cultura, semplicemente non sapevano che significato dare alla parola «medium» al di fuori delle sedute spiritiche. In ogni caso anche nel mondo anglo-

americano in cui il canadese McLuhan prima che altrove ascese allo *status* di «profeta dei media» la tesi sintetizzata dalla frase «Il medium è il messaggio», che sottolineava la capacità dei mezzi di comunicazione in quanto tali di dare un senso alle relazioni sociali e di muovere la storia, appariva, e avrebbe continuato ad apparire per un po', insieme esoterica ed estrema: oggetto di critiche e prese di distanze anche, forse soprattutto, da parte della comunità

Questo intervento, scritto appositamente per «Problemi dell'informazione», in qualche punto riprende e ripensa miei interventi degli ultimi anni su temi connessi, apparsi in diverse sedi. Li citerò qui nel loro insieme, ringraziando gli amici curatori delle riviste o volumi collettivi su cui sono stati pubblicati in origine: La rete è il messaggio? Connessioni tra il web e le rivolte sociali, in «Alternative per il socialismo», 16, aprile-maggio 2011; Lo spessore dei media, in «YOD», 1, 2009.

accademica degli studiosi di comunicazione. Nei decenni successivi, e soprattutto a partire dalla metà degli anni Ottanta, quella che allora era una (importante e feconda) provocazione intellettuale è diventata un luogo comune. Era uno slogan, quasi una chiamata alle armi; ora suona quasi come un mantra.

La tendenza a riconoscere ai media, in particolare agli sviluppi più recenti delle tecnologie della comunicazione, un ruolo di agente di storia se non di vero e proprio motore tout court delle vicende umane, ad attribuire loro uno *status* paragonabile a quello che un tempo veniva riconosciuto solo alle grandi istituzioni, politiche e religiose, si è ormai imposta nel senso comune giornalistico: formule come «sono i media che...» e annunci di rivoluzioni della comunicazione che inesorabilmente cambieranno i nostri modi di pensare, di vivere, e anche di amare o di viaggiare sono ormai ripetute fino a diventare generiche e stucchevoli. Anche nel campo della ricerca il ruolo riconosciuto ai media è cresciuto negli ultimi trent'anni fino, da un lato, a dar luogo a specifiche aree di studio, dall'altro a toccare discipline un tempo refrattarie, dalla contemporaneistica alla sociologia.

*Medium,
media
e il destino
di un concetto*

D'altra parte, però, proprio in questo stesso periodo che cosa esattamente s'intenda con le parole *medium* e *media* risulta sempre più difficile da definire con precisione: per motivi che hanno a che fare non solo con la crescente difficoltà di fissare distinzioni concrete (mentre fino a tempi recenti i confini di un *medium* potevano apparire auto-evidenti, oggi si è imposta un'intercambiabilità sempre più ravvicinata) ma anche con la crescente vaghezza del concetto. Tanto che alcune autorevoli correnti interpretative hanno già cominciato a stendere per i media il più temibile atto di morte della teoria contemporanea, quello che comincia con il prefisso *post-*. È appunto di «condizione *post-mediale*» che ha scritto di recente la critica e teorica Rosalind Krauss (Krauss, 2011), e l'espressione è stata ripresa per altro con molti distinguo da Francesco Casetti (Casetti, 2011), che comunque riconosce ancora una specificità e un'identità al concetto di *medium*. Ma un'identità soprattutto convenzionale e per così dire negoziale; e, si potrebbe arguire, residuale.

Insomma, quella che oggi contraddistingue la «presenza» dei media nella congiuntura attuale è una situazione paradossale: da un lato il concetto di media sembra arrivato all'apice, sia della sua pervasività (potremmo dire, scherzando ma non troppo con un'espressione «pop», della sua «popolarità») sia della sua potenzialità interpretativa; dall'altro però risulta più che mai difficile attribuire a quel concetto un significato esatto e stabile, e si manifestano i primi segni di una sua tendenziale dissoluzione. Mentre quella che sembrava un tempo la maggiore forza del concetto, la sua capacità «descrittiva», è assai più fragile che in passato e il suo universo di riferimento appare sempre meno afferrabile, sono cresciute le aspettative verso le sue capacità esplicative, e in un ambito più scientifico verso la sua densità teorica (anche se come vedremo le accezioni attribuite al termine sono diverse, e sottilmente contrastanti tra loro). Questi sviluppi oltre a coinvolgere diverse discipline (la storiografia, la sociologia, ma anche l'antropologia e la nebulosa dei «cultural studies») hanno dato vita al campo in espansione dei «media studies», che come vari altri settori di ricerca nati nell'ultimo trentennio si fonda a differenza delle classiche scienze umane non su un modello teorico né su una metodologia, ma su un oggetto di studio. Anzi, con un effetto circolare, da un lato i media studies presuppongono la solidità del concetto di media in quanto categoria scientifica, dall'altro con la loro stessa esistenza offrono a tale categoria una legittimità superiore a quella che avevano in passato.

Proprio per i settori di ricerca che si sono venuti formando attorno ai media, la situazione contraddittoria in cui si trova oggi questa categoria dovrebbe richiedere uno sforzo di ripensamento concettuale: da un lato un lavoro di distinzione tra vari significati che vengono attribuiti al concetto di media e che troppo spesso si sovrappongono semplicemente tra loro, producendo anche fraintendimenti e corti circuiti; dall'altro una riflessione sui motivi e le implicazioni di tali contraddizioni. Ma le riflessioni sulla definizione del concetto sono piuttosto rare, quasi che si trattasse di una nozione pacifica e ovvia.

In questo intervento mi ripropongo appunto di ragionare sia sui motivi della crescente fortuna dell'idea di media come strumento

di spiegazione della dinamiche della storia, della cultura, della società, sia sulle ambiguità del concetto e sui motivi per cui la stessa categoria sta diventando via via più fragile; per arrivare a individuare un conflitto tra «modi di rappresentare» e di pensare il sociale (nei quali la categoria di medium e media è divenuta ormai imprescindibile) ed «esperienze» della medialità nelle quali questa categoria risulta sempre più inafferrabile. Proverò quindi a cogliere alcune conseguenze di queste contraddittorie tendenze, soffermandomi su un esempio recente, e che ritengo molto significativo, di evento nel quale i media, e un medium in particolare, sembrano avere giocato un ruolo di particolare rilievo. E arriverò infine a offrire alcune primissime indicazioni per una critica del concetto di media.

Cominciamo col chiederci perché nonostante la sempre maggiore difficoltà di definirlo e circoscriverlo con precisione il concetto di medium e di media non solo sopravviva ma cresca di peso nella spiegazione delle dinamiche sociali contemporanee. Non ci soffermeremo tanto sulle rappresentazioni più ingenui, ma comunque diffuse e radicate, che leggono la dinamica storica del presente in termini di una successione ininterrotta di «rivoluzioni» nella tecnologia e nel costume; ragioneremo piuttosto su quei modi di concepire il posto dei media e della comunicazione nel mondo contemporaneo che condizionano sia il senso comune sia la comunità scientifica, che non sono facilmente liquidabili ma che richiedono un'attenzione critica sempre vigile: perché comunque a rischio di derive ideologiche, e per le confusioni e sovrapposizioni che possono portare con sé.

*Media
come collante
sociale*

Abbiamo assistito, negli ultimi tre-quattro decenni, a uno slittamento progressivo dell'idea stessa di società, che da puro insieme di esseri umani regolato da istituzioni formalizzate e/o da «contratti sociali» si è venuta trasformando in insieme, oltre che di esseri umani, di macchine e strumentazioni: da interpretare, queste ultime, non solo come presenze simil-umane o «attanti» secondo la lezione di Bruno Latour, ma anche e soprattutto come tessuto connettivo, che lega gli umani tra loro, che fa da collante all'insieme della società. Uno dei pionieri di questo cambiamento

di prospettiva è stato un autore strategico per la storiografia contemporanea come Karl Polanyi, il quale già negli anni Cinquanta aveva notato che la tendenza alla reticolarizzazione era insieme un frutto e un motore della società di mercato (Polanyi, 1987). «La tecnologia in parte creò e in parte rivelò l'esistenza di una struttura interpersonale che ci circonda, dotata di una sua consistenza autonoma; non più un mero aggregato di persone, e nemmeno il Leviatano di Hobbes, ma una realtà inesorabile come la morte, non nelle sue forme mutevoli, ma nella stabilità della sua esistenza. La concentrazione delle forniture idriche, dell'illuminazione, del riscaldamento, dei trasporti, delle fognature... impose all'esistenza una sorta di solidarietà obbligata. La sostanza organica della società si stava irrigidendo, con forse decine di milioni di vite che dipendevano da un gadget strategico». Acqua, energia, trasporti: l'idea di una «società in rete» era già presente e Polanyi ne leggeva lo sviluppo come un processo che aveva occupato oltre un secolo di storia.

Certo, al nostro sguardo la limpidezza dell'intuizione sul ruolo delle reti nel definire il sociale e nel dotarlo per così dire di scheletro è inscindibile dalla sorpresa per la totale mancanza, nella rappresentazione di Polanyi, della posta e del telegrafo, del telefono e delle reti di distribuzione dei giornali. Quello che è accaduto negli ultimi decenni è proprio che il ruolo delle reti di comunicazione accanto e oltre quello delle reti di energia e di trasporto è uscito per così dire dallo sfondo in cui era relegato, anzi dato per scontato, per farsi figura anzi protagonista; che la comunicazione è stata riconosciuta (e/o idealizzata) come la chiave dei rapporti tra gli esseri umani e quindi la base dello scambio sociale.

In questa chiave i media, gli «strumenti del comunicare» secondo la versione italiana del classico di McLuhan, si sono imposti, attraverso un processo sicuramente non facile e non lineare, come componente essenziale dell'idea stessa di società, come parte, per riprendere le parole di Polanyi, della sostanza organica del sociale. In questa chiave, la dinamica dei media può essere letta come uno dei fondamenti interpretativi della dinamica della società, ed è da questa indistinguibile.

*Media
come nuovi
soggetti
della storia*

Diceva Alexis de Tocqueville, nel secondo libro della *Democrazia in America*, che nei secoli aristocratici la funzione di motore della storia era attribuita ai singoli, in particolare ma non necessariamente ai re e ai principi, in quelli democratici ai popoli e ai movimenti collettivi. Sono parole scritte tra il 1835 e il 1840. La storia successiva gli ha dato ampiamente ragione; ma nel corso del Novecento ai popoli si sono affiancati quelli che Polanyi (ma anche McLuhan) chiamava i gadget. Nelle epoche tecnocratiche, potremmo dire parafrasando e continuando la lezione del grande pensatore francese, la funzione di motore della storia oltre che alle «masse» viene riconosciuta agli apparati, in particolare comunicativi, che sono sempre più spesso rappresentati come dotati di una dinamica propria di sviluppo, e sembrano farsi promotori e coordinatori «in prima persona» degli stessi movimenti collettivi: possiamo trovarne un esempio recente in alcune letture, su cui dovremo tornare, dei recenti movimenti nordafricani.

Il passaggio dalle epoche aristocratiche a quelle democratiche, per restare a Tocqueville, è stato promosso e poi accompagnato da un processo di abbattimento delle distanze, rituali e gerarchiche, tra le persone; e da una progressiva inclusione, nel ruolo appunto di persone, di categorie (prima le classi «inferiori», poi le donne, poi anche le minoranze etniche e altre minoranze emarginate) che ne erano in precedenza escluse. Questo processo di avvicinamento ed equalizzazione ha avuto un rapporto importante e complesso con i media, in particolare ma non solo con i grandi strumenti di comunicazione di massa: che ne sono stati prima testimoni, poi motori relativamente invisibili, fino a farsi riconoscere come protagonisti in proprio. È proprio grazie a questo passaggio di mentalità che la «media history», una corrente storiografica che appunto interpreta i media come fattore storico in sé, è entrata a far parte del «grande racconto» della storia contemporanea, come documenta in questo numero di «Problemi dell'informazione» Gabriele Balbi, e lo ha fatto dapprima in modo relativamente marginale e minoritario, poi (a partire dagli anni Ottanta) inserendosi nel «mainstream».

Tra le conseguenze di questo modo di pensare, il fatto che la cronologia dei mezzi di comunicazione, fino a trent'anni fa di inte-

resse esclusivamente specialistico, sia diventata poi parte della cronologia generale di riferimento per la storia, alla pari con i grandi fatti della storia politica, e poi della storia economica.

Si accennava prima al ruolo che l'idea di comunicazione ha assunto nelle rappresentazioni della storia, un modo di pensare che per molti decenni è rimasto del tutto marginale (pensiamo all'opera di Innis) e poi ha assunto l'evidenza di un'ovvietà. È avvenuto per la comunicazione nella seconda metà del Novecento quello che un secolo prima era avvenuto per l'economia politica in particolare con l'opera di Marx, che da una parte sottolineava la scoperta dell'«economico» come prodotto specifico di un'epoca, quella capitalistica, nella quale lo scambio tra le merci era diventato il centro della vita sociale, e dall'altra vi ritrovava una spiegazione complessiva delle leggi della storia, a cominciare dai primordi dell'umanità. L'affermarsi del paradigma che possiamo definire innis-mcLuhaniano e l'accettazione di fatto di quel paradigma anche da parte di molti studiosi che pure dichiarano di non riconoscersi (da E. Eisenstein a J. Goody, a R. Darnton per citare solo qualche nome) ha seguito un processo per molti versi analogo: da un lato la scoperta della comunicazione evidenzia un modello specifico di costruzione del mondo comune, proprio di una società nella quale per riprendere un concetto di Marcel Gauchet il vivere in società non presuppone una «collocazione» nella società stessa ma un continuo «porsi in relazione» coi nostri simili, anche a distanza nel tempo e nello spazio; dall'altro il concetto di comunicazione, che pure è storicamente determinato, viene assunto come base di tutta un'interpretazione della storia umana.

In questa chiave, i media in quanto tramiti della comunicazione divengono a loro volta insieme aspetti caratterizzanti della modernità e fondamento di una lettura, media-centrica appunto, delle fasi anche più remote della storia. Alla successione nel tempo di diverse «galassie» mediatiche, per riprendere l'espressione classica di McLuhan viene attribuito un valore periodizzante paragonabile, o superiore, alla successione delle diverse «forme economiche» o all'avvicinarsi delle grandi forme di governo.

*I media
come chiave
del cambiamento*

*Media
come racconto,
media come mito*

Fin qui abbiamo seguito i diversi modelli di lettura dei media come chiavi di lettura della storia e d'interpretazione della società, e i motivi del crescente successo di questa categoria. Ma non dovremmo dimenticarci della grande intuizione di uno scrittore che meglio di molti altri seppe intuire il futuro dell'epoca elettrica, Villiers de l'Isle-Adam con il suo *L'Eve future* (1886): «È una stupenda Sheherazade, l'elettricità» dice nel romanzo il co-protagonista Edison, un personaggio allora di attualità trasformato in figura letteraria. Le tecnologie, in particolare quelle tecniche di rete che modificano radicalmente la percezione dello spazio e del tempo e con la loro azione di lungo periodo ridefiniscono i confini della vita sociale («l'elettrificazione è un processo interminabile» diceva Edison quello vero), hanno in sé anche un'importante funzione mitopoietica, si radicano non solo nel tessuto materiale delle attività e in quello socio-psicologico delle abitudini ma anche in quello narrativo della società che racconta se stessa. È proprio con la letteratura di anticipazione dei Villiers de l'Isle come dei più noti Verne e Wells che la tecnologia entra nella narrativa preparando quel genere, letterario e poi cinematografico, che sarà la fantascienza; d'altra parte saranno i media moderni a cominciare dal giornalismo e dal cinema a permettere lo sviluppo di quella «terza cultura» secondo la definizione di Edgar Morin (al di là del folklore e dell'«alta cultura») che verrà chiamata cultura di massa. Nella quale gli stessi media saranno parte essenziale di quella che possiamo chiamare l'ininterrotta autobiografia della società, e saranno, insieme, anche oggetto di narrazione. Tra l'altro, come dimostra quel genere apparentemente minore ma sempre fortemente produttivo che sono le biografie popolari degli inventori, e in particolare dei padri dei maggiori mezzi di comunicazione, da Edison a Marconi fino a Jobs e a Zuckerberg (Ortoleva, 1992 e 2009), le costruzioni mitiche, celebrative o meno, hanno assunto nel corso del tempo il compito di «umanizzare» le tecnologie, di dotarle di un senso comprensibile per quei tanti che ne vivono gli effetti ma non sanno penetrare la «scatola nera» dei saperi specialistici. Non si tratta necessariamente di falsificazioni, come un'interpretazione banalizzante del termine mito sembra implicare, spesso piuttosto di atti di

inquadramento e modellizzazione, che inseriscono una serie di dati di fatto dentro schemi già noti e facilmente leggibili.

È soprattutto l'interpretazione narrativa e mitica di alcuni media, in senso demonizzante ad esempio nel caso della televisione (Ortoleva, 2009b), in senso decisamente più ambivalente nel caso di Internet, che ha maggiormente segnato il discorso pubblico sulla comunicazione in questi due decenni, diffondendo nel senso comune la nozione secondo cui la rivoluzione prossima, anzi in buona parte già avvenuta, avrebbe appunto il volto di un sistema tecnico-organizzativo di circolazione dell'informazione. La costruzione mitica dei media è una parte del discorso pubblico sulla comunicazione che solo astrattamente risulta separabile dalle altre linee di discorso che sono state enucleate prima. In realtà si intreccia di continuo con loro, non solo nel «marketing» delle grandi aziende e nell'informazione giornalistica; e la riflessione scientifica deve tener conto della modellizzazione mitica dei media, e farne oggetto di lavoro critico, sia perché la loro presenza sociale è fatta di tecnologie ma anche di racconti, sia perché ricostruzione storica e strutture mitiche tendono comunque a incontrarsi.

In questa breve e incompleta rassegna abbiamo visto diversi processi, che procedendo in parte autonomamente, in parte intrecciandosi, hanno contribuito a fare riconoscere ai media un ruolo portante nel cambiamento (economico, culturale e sociale oltre che tecnologico) e a dare un senso a quelle novità il cui ininterrotto succedersi è ormai parte dell'esperienza quotidiana di una grande parte del genere umano. È così che nell'auto-rappresentazione delle società contemporanee nell'arco di non molti anni il peso dei media ha ottenuto la forza difficilmente attaccabile dell'ovvietà.

Sotto quest'apparente ovvietà si nascondono però importanti differenze. Una cosa è fare della comunicazione la «chiave» di una lettura complessiva della storia, un'altra è farne una «componente», sia pure strategica, di una storia della società e del sociale, o farne un elemento tra gli altri di una «cronologia» generale della storia contemporanea. Ancora differente è confrontarsi (anche criticamente) coi media come oggetto di discorso e di racconto, come oggetto sempre più autonomo dell'immaginazione contemporanea.

*La forza
dell'ovvietà.
E le differenze*

Nei «media studies» degli ultimi anni queste diverse interpretazioni del concetto di media si sono spesso sovrapposte e continuano a sovrapporsi. Nessuna di esse è in sé illecita, e si può anche sostenere che siano almeno in parte compatibili l'una con l'altra; ma ciascuna di esse ha proprie implicazioni, di metodo e teoriche, e ciascuna di esse usa il termine con un'accezione differente. Distinguerle è una premessa essenziale per evitare fraintendimenti, e (il male oggi più pericoloso) genericità.

Tanto più che oggi il concetto di media, se continua ad apparire auto-evidente, oggetto diretto di esperienza, è divenuto assai più incerto, più problematico che in passato. Prima degli anni Ottanta, quando ben pochi attribuivano ai media una funzione esplicativa paragonabile a quella che oggi è da molte parti data per scontata, il concetto, in quanto tale, appariva assai più chiaro e meno discutibile di quanto risulti oggi: alla minore portata interpretativa faceva da contrappeso una capacità descrittiva che negli ultimi tempi si è venuta sfocando, fino a rendere il concetto stesso di media mal determinato e difficile da definire con precisione. Ciò avviene a partire dall'«esperienza» stessa della comunicazione contemporanea, ma finisce con l'entrare in rotta di collisione con la potenzialità esplicativa del concetto.

*Quanto è lontano
l'indice di McLuhan*

Se riprendiamo l'indice degli *Strumenti del comunicare*, seconda parte, ci troviamo davanti a un elenco immediatamente riconoscibile: una serie di media appunto, tutti diversi gli uni dagli altri, tutti distinguibili nella loro specificità tecnica e nella loro presenza sociale. Quello che rende l'elenco di McLuhan lontano, non solo e non tanto dal nostro modo di pensare quanto dal nostro vivere, è il fatto che oggi gran parte dei «mezzi» di comunicazione a cui ci rivolgiamo e tutte le «macchine» di comunicazione di cui facciamo uso hanno acquisito da un lato un'intercambiabilità dall'altro una versatilità che allora sarebbero state inimmaginabili, nel senso della capacità di assumere, momento dopo momento, vesti e modalità di funzionamento anche molto differenti. Il nostro computer «si comporta come» un numero crescente delle macchine presenti nell'indice di McLuhan: un giradischi e un telefono (perfino un video-telefono), un televisore e

una macchina da scrivere, e può assumere anche le fattezze di alcuni media che macchine non sono, come un libro, un giornale, un bloc-notes. E la rete, almeno da quando lo hanno permesso quello sviluppo della potenza di calcolo dei server e dei processori da un lato, e dall'altro della capacità di veicolazione dei canali trasmissivi che va sotto il nome (più uno slogan che una definizione rigorosa) di Web 2.0, può portare indifferentemente parole e musica, immagini in movimento e masse di dati, può in altri termini unificare in un unico canale forme di comunicazione che ancora al tempo di *Understanding Media* e anche per almeno due decenni dopo apparivano semplicemente incompatibili tra loro. Sugli schermi dei nostri computer, e sempre più dei nostri telefoni, «tablet» e navigatori satellitari, si svolge (e qui le intuizioni di Bolter e Grusin (Bolter e Grusin, 2002) sono preziose ma purché non vengano ridotte come spesso si fa all'uso ubiquo e generico del termine «rimediazione») un doppio processo: che vede le specificità e le diversità dei media pre-esistenti al tempo stesso annegate e per così dire teatralizzate. Annegate dal dato puro e semplice della sostituibilità *ad libitum*: all'esperienza concreta del manipolare macchine di volta in volta differenti, coi loro materialissimi vincoli operativi e con la loro presenza fisica nello spazio, si sostituisce la possibilità di passare da un «medium» all'altro istantaneamente e con una modificazione solo (e parziale) dell'interfaccia. Ma anche teatralizzate, perché il «senso» che attribuiamo all'uso resta legato alla nostra capacità di diversificare e codificare le diverse forme di comunicazione, e almeno per ora i codici più efficaci sembrano quelli legati ai modelli mediatici del passato. Il nostro computer, e sempre di più gli altri gadget che hanno nomi differenti ma (a conferma della fungibilità generalizzata del sistema attuale) sono comunque computer sia pure in vesti differenti, mettono in scena e raccontano, per così dire, un dramma ininterrotto: dove diversi «media» occupano man mano uno stesso schermo e/o uno stesso apparato acustico, di volta in volta aiutandosi a vicenda o facendo a pugni per attrarre la nostra attenzione. È una stupenda Sheherazade, non solo l'elettricità ma anche l'informatica. Il nostro computer ci esibisce un medium dopo l'altro, e insieme ci racconta il più grande mito

della società dell'informazione, quello insieme eroico e materno della grande rete. Però. Possiamo credere, se lo vogliamo, di stare talvolta scrivendo, talaltra usando il telefono, talaltra ancora usando uno strumento di montaggio, ma in fondo lo facciamo grazie a una «willing suspension of disbelief» non dissimile da quella che occorre per farci catturare da un romanzo o da un film: alla fine lo sappiamo, che il medium è uno solo.

L'informatizzazione, che a partire dagli anni Quaranta del secolo scorso, e in modo impetuoso e inarrestabile con la nascita del «personal computer», si è affermata come un secondo «processo interminabile» accanto all'elettrificazione, da un lato favorisce la pervasività dei media perché attraverso di essa tutto è medium, dall'altro disancora le macchine dalla loro specificità di funzionamento, per così dire le de-mediatizza. Rende la nostra esperienza quotidiana insieme iper-mediale e post-mediale.

*La panmedialità
e la perdita
di specificità
dei media*

A conferma di questa tendenza, alcuni processi recenti vanno nella direzione da un lato di una de-materializzazione sempre più accentuata, dall'altro dello sviluppo di forme di «medialità» che non hanno più molto a che fare con la nozione di media tuttora radicata nel senso comune. Il cosiddetto «cloud computing» proietta tutti i contenuti in una mediasfera onnipresente e inafferrabile, servizievole ma difficile anche solo da visualizzare; e va oltre lo spettacolo della ininterrotta sostituibilità tra i media «virtuali» che si avvicendano sul nostro computer, rendendo perfettamente fungibili tra loro anche gli stessi terminali. Così le distinzioni a cui le cronache giornalistiche, il «marketing» e anche alcuni studiosi continuano ad attribuire una grande rilevanza (la «rivoluzione» dell'«i-Pod», quindi dello «smart phone», poi quella del «tablet»...) diventano sempre meno significative, la materialità degli apparecchi di comunicazione si riduce a una serie di interfacce più o meno gradevoli, e l'iper-medium costituito dalla rete trascende e riassume tutti i media pre-esistenti.

D'altra parte, in questa mediasfera la funzione di comunicazione in senso stretto diventa una possibilità tra le tante. Voglio citare un caso che mi ha colpito *Inhaling Information*, («The Economist», 7 aprile 2011): si sta progettando di dotare gli inalatori dei farma-

ci per l'asma di un indirizzo web e di un sensore, in modo che a ogni inalazione l'informazione relativa venga spedita via Internet a una banca dati centralizzata. In questo modo è possibile sia fornire a ogni paziente una precisa storia clinica, utile a meglio individuare le sue eventuali specifiche insofferenze e le sue reazioni a farmaci e trattamenti; sia individuare eventuali fonti allergiche collocate in singole aree geografiche; sia infine alimentare una grande banca dati per lo studio della malattia. Niente impedisce in futuro di trasformare l'inalatore in uno strumento di allarme per il paziente o in un veicolo di messaggi tra il paziente stesso e la banca dati. Non entro nelle questioni di «privacy» e altro che il progetto comporta, né nei suoi possibili benefici su cui non sono competente; quel che più mi ha colpito in questa notizia, del resto simile a tante altre, è la trasformazione progressiva della rete, che abbiamo sempre considerato un grande mezzo di «comunicazione» tra le persone, in uno strumento di raccolta dati e di scambio anche da e tra operatori non umani. Siamo di fronte a tendenze che vanno nella direzione di quella che viene sempre più spesso chiamata una «pan-medialità», nella quale il concetto di media perde ulteriormente di specificità, e insieme si presenta come un modello applicabile a una sfera crescente di aspetti dell'esistenza.

Va notato inoltre che l'attuale sistema dei media, e in particolare il peso specifico che in esso ha assunto la rete, ha nella vita economica contemporanea un ruolo senza paragoni con quello che i mezzi di comunicazione, o di trasporto, hanno occupato in qualsiasi altra epoca precedente; e ancora una volta un ruolo ambiguo. L'informazione veicolata dalla rete è, contemporaneamente, un bene o un sistema di beni tendenzialmente tra i più richiesti e un canale di circolazione dei beni e delle merci assolutamente strategico e di rilevanza crescente; d'altra parte il marxiano «equivalente generale», il denaro, ha sempre più assunto esso stesso le caratteristiche di un flusso informativo, la cui circolazione può essere tutelata da alcune misure protettive ma alla fin fine sempre sulla rete circola. E ancora, sulla stessa rete circolano i messaggi che, a partire dalla nascita della moderna pubblicità,

È sempre più difficile assegnare ai media una collocazione specifica nel sistema sociale

accompagnano il mercato e ne sostengono lo sviluppo. L'affermarsi della rete può essere letta, in questa chiave, come il punto di approdo di quel processo che (cominciato in modo relativamente casuale secondo la *Grande trasformazione* di Karl Polanyi) ha fatto della forma-mercato da realtà relativamente periferica il centro della vita sociale. Un iper-medium che ha concentrato in sé tutti gli aspetti della vita economica. E il cui sviluppo ha accompagnato, certo non casualmente, l'affermarsi dell'idea di mercato come unica chiave possibile dell'organizzazione produttiva e della circolazione dei beni. D'altra parte, la sovrapposizione nello stesso oggetto (i flussi informativi circolanti in rete) di una funzione di bene in sé, di una funzione di strumento di scambio, di una funzione di veicolo e di una di promotore delle vendite, è probabilmente alla base di alcuni dei turbamenti caratteristici del sistema di mercato. Non solo: proprio la rete è già ora il veicolo principale di modelli di circolazione (dell'informazione e delle merci), non più legati allo scambio di denaro, che sono stati e sono oggetto di una varietà di interpretazioni psicologiche e antropologiche ma sono forse il segnale precorritore dell'avvento di «forme economiche post-capitalistiche» si potrebbe dire civettando con la terminologia marxiana.

Perché mi sono soffermato su quest'ultimo tema? Perché la sovrapposizione di funzioni che caratterizza oggi il rapporto tra telematica e mercato è un altro esempio della crescente complessità del ruolo che i media si trovano a occupare nella nostra cultura: la pervasività dell'informazione in termini spaziali, in termini operativi, ma anche dal punto di vista delle funzioni occupate, fa sì che «circoscrivere» i mezzi di comunicazione e assegnare loro una collocazione specifica nel sistema sociale risulti oggi quanto mai difficile.

*Le interpretazioni
mediacentriche
e i loro abbagli*

Gli strumenti del comunicare sono ovunque e in nessun luogo preciso. La tentazione di leggerli come la forza motrice del nostro tempo, o della storia tout court, convive con la crescente difficoltà di definirli con precisione, e di concettualizzarli in modo rigoroso. Anzi ne costituisce l'altra faccia.

Tra le conseguenze di questa situazione c'è l'emergere di due ten-

denze opposte ma unite nel semplicismo: da un lato la liquidazione frettolosa del concetto stesso di media come obsoleto, dall'altro quello che possiamo chiamare un mcLuhanismo banalizzato, un mcLuhanismo volgare come si parlava in passato di «materialismo volgare». Che fa dei media «il» motore della storia senza interrogarsi seriamente su quale paradigma interpretativo questo comporti, che ignora la complessità e contraddittorietà della presenza sociale dei media per esaltarne ideologicamente (come altro chiamarla?) la potenza.

Quello che rende «volgare» questo modo di pensare non è solo l'identificazione di un nesso causale generico e poco motivato. È anche un vero e proprio rovesciamento di uno dei concetti essenziali del pensatore canadese. Nell'epoca del computer e di Internet, ci dicono molti dei «guru» del nostro tempo, non solo la tecnologia del comunicare avrebbe di per sé prodotto una straordinaria rivoluzione, ma sarebbe la tecnologia stessa a donarci quella «consapevolezza integrale» che nel modello mcLuhaniano era stato il privilegio di alcuni artisti. Se leggiamo seriamente McLuhan ci rendiamo conto invece che il «risveglio» dal torpore narcisistico al centro del suo pensiero è: a) un processo che non può essere messo in moto dai media in quanto tali, tanto meno dai «nuovi» media; b) un processo tendenzialmente interminabile (a differenza per esempio dal kantiano risveglio dal sonno dogmatico), perché il torpore si rinnova ogni volta che nascono nuovi «strumenti del comunicare», ogni volta che il sistema dei media si articola ulteriormente, in quanto ogni gadget che ci si offre ci richiede, perché ci sia possibile adottarlo, di amputare la nostra sensibilità.

Possiamo aggiungere, alla luce delle tendenze del nostro tempo, che quanto più la tecnologia moderna accelera lo sviluppo della comunicazione e ne moltiplica i veicoli, tanto più il torpore tende a rinnovarsi, anzi a presentarsi come una sorta di anestesia ininterrotta, e l'essere consapevoli diventa uno sforzo sempre rinnovato e sempre a rischio di essere frustrato. McLuhan, scrivendo da qualche decennio prima di questo nostro tempo, ci invita a chiederci se la rete, lungi dall'alimentare la nostra consapevolezza, non produca un intorpidimento tanto più narcisistico in quanto

è in noi stessi che ci illudiamo di rifletterci; e che può perderci in un gioco infinito di specchi, come accade sempre più spesso nei «social network».

Un fraintendimento così grave non nasce solamente da una lettura superficiale di un autore comunque complesso e spesso, anche volutamente, enigmatico: è soprattutto il frutto di un'assunzione acritica, generica e indifferenziata di un concetto complesso come quello di media.

A proposito di McLuhanismo volgare, prima di avviarci alla conclusione, con qualche primissima proposta di ripensamento della categoria, vale la pena di riflettere su un caso recente e di particolare interesse. Mi riferisco alla discussione di qualche mese fa sul ruolo assunto da Internet, e in particolare da quella «regione» del web che è costituita dai social network, nelle rivolte giovanili in paesi come l'Egitto e la Tunisia.

In un primo momento, nelle settimane immediatamente successive alle rivolte di Tunisi e delle grandi città egiziane, si è notata tra i commentatori occidentali una fase unanimistica ed entusiastica, e l'interpretazione dei movimenti (richeggiante la leniniana definizione del comunismo come «i soviet più l'elettrificazione») come «i social network più la piazza», è sembrata incontrovertibile, auto-evidente come il diritto degli esseri umani alla vita, alla libertà e alla ricerca della felicità secondo la dichiarazione d'indipendenza delle colonie nord-americane. Con il complicarsi del quadro, con le crescenti difficoltà incontrate dai movimenti spontanei nell'andare oltre la fase della «presa della parola» e della conquista della piazza, il tema è rapidamente scomparso dall'orizzonte, mentre emergevano atteggiamenti scettici, spesso ironici verso l'«idolatria» del web. Il dibattito ha assunto così, da entrambi i lati, toni insieme acrimoniosi e superficiali.

Uno sguardo autenticamente critico dovrebbe prima di tutto chiedersi se intorno al ruolo che Internet ha, o avrebbe, avuto nei recenti movimenti dei paesi nordafricani non si sia prodotto un corto circuito concettuale. Si è da più parti confuso il ruolo concreto di «canale» che Internet ha avuto in queste rivolte, un ruolo che sarebbe semplicemente stupido negare, con la sua funzione «simbolica», «mitica» diciamo pure: che è stata sicuramente im-

portante, ma di mito appunto si tratta. Si è così dato credito all'idea che una rivoluzione (una «wikirivoluzione» per usare l'espressione di Manuel Castells) potesse dar vita a un cambiamento di regime e addirittura a nuove forme di governo senza bisogno di organizzazioni, prendendo alla lettera, proprio per la presenza di Internet, quel sogno di democrazia assoluta che tante rivolte portano per un attimo con sé; giungendo addirittura a teorizzare, grazie all'«orizzontalità» dei social network, una rivoluzione senza nemici, un cambiamento senza conflitti: salvo dovere dopo pochi giorni riconoscere che la dinamica reale del conflitto politico dà luogo a formazioni diverse e inevitabilmente destinate a competere e a confrontarsi anche duramente. Formazioni alcune delle quali possono anche scrivere Internet sulle loro bandiere, ma si troveranno non casualmente ad avere basi più fragili di altre che fondano le loro ragioni e, diciamo pure, i loro collanti collettivi, in miti più radicati, a cominciare come inevitabile dalla religione islamica.

Il ruolo di Internet nelle rivolte arabe è stato onnipresente (e chi lo nega semplicemente non coglie le novità di questa fase), ma insieme vago: la rete ha funto da chiamata alle armi e da segno di riconoscimento, da luogo del discorso pubblico e da mito di fondazione. Il linguaggio globale della rete, e l'evidenza quasi banale del ruolo che questa ha assunto, hanno indotto anche commentatori solitamente prudenti a ritenere di potere spiegare in poche parole quello che accade in paesi di cui non conoscono la lingua e sulla cui storia hanno le conoscenze superficiali di un normale occidentale bene informato. L'interpretazione «media-centrica» di questi eventi è un caso esemplare di un modello interpretativo che sta entrando nel senso comune, rassicurante e superficiale come lo erano in passato altre interpretazioni banalmente ideologiche, centrate sulle idee di classe, o di nazione.

La domanda che ci dobbiamo fare ora è: è possibile, tenendo conto delle derive in parte ideologiche in parte semplicemente banalizzanti che il concetto di media porta con sé, fare di questo concetto un uso più rigoroso e problematico? Proverò in conclusione a proporre tre modi di accostare il concetto di media che possono aiutare una lettura critica.

*La sfida
dell'instabilità*

Nel 2004 uno dei più noti tra i «media historians», William Uricchio, si è chiesto se non si possa parlare, nel nuovo universo mediatico, di una «instabilità testuale» che mette in discussione quella che sembrava essere una delle caratteristiche più tipiche della nozione occidentale di testo, appunto la sua persistenza nel tempo; e, con una mossa abbastanza tipica di questo autore e di questo campo di studi (che spesso tende a proiettare direttamente nel passato l'esperienza mediatica contemporanea), ha sostenuto che proprio la nozione di instabilità che il presente ci lancia come sfida potrebbe essere utile a ripensare il passato anche remoto della comunicazione testuale, evidenziando quanto di convenzionale ci sia nell'idea radicata per cui il testo è tale se «non cambia mai» (Uricchio, 2004). La lettura dell'intervento di Uricchio mi ha colpito tanto più in quanto stavo arrivando per altre vie a una conclusione convergente, relativa però non all'instabilità testuale ma a quella che possiamo chiamare l'instabilità mediale. Ho ragionato a lungo, nel terzo paragrafo di questo scritto, su come l'attuale assetto dei media, con la caduta delle distinzioni un tempo rigide tra un medium e l'altro, stia promuovendo da un lato l'idea di «post-medialità», la convinzione che il concetto stesso di media sia obsoleto, applicabile eventualmente solo al passato; dall'altro il concentrarsi delle riflessioni sull'iper-medium rappresentato dalla rete. E se invece si dovesse parlare di una medialità transitoria, centrata sul «software» e non sull'«hardware», sulle modalità di funzionamento e non sulle regole inscritte nelle macchine, per cui le diverse «forme culturali» nel senso di Raymond Williams continuano a esistere, ma per una parte limitata del nostro tempo e svincolate da rigide corrispondenze con gli apparati tecnici?

Se ragioniamo in questi termini, ci rendiamo conto che la fase attuale ha fatto emergere, in modo incontestabile, una realtà antica che la forma-medium, con la sua apparente staticità, ha a lungo nascosto: il fatto che i mezzi di comunicazione hanno senso in quanto li interpretiamo come elementi di un «ambiente antropico» fatto di esseri umani, strumenti e reti, nel quale e al quale gli umani continuano ad adattarsi, e che a loro volta cercano di adattare alle proprie esigenze, procedendo ininterrotta-

mente per prova ed errore, innescando di continuo processi di cambiamento che muovono lungo il tempo ma non secondo direttrici teleologiche e lineari. L'evoluzione dei media, sembra un'ovvietà, le cui implicazioni sono però tutt'altro che banali, non è un processo a sé, ma è parte integrante e inscindibile dell'evoluzione umana, con il suo andamento comunque zigzagante e incerto, con i suoi momenti di accelerazione apparentemente improvvisa e le sue lunghe fasi di apparente stasi: l'evoluzione però non si ferma mai e nei periodi in cui il cambio è meno visibile spesso sta maturando oppure viene metabolizzato. Se il concetto di media è utile, lo è in quanto ogni medium è parte di una serie di scambi incessanti, e muta continuamente di senso: l'attribuire una «stabilità» ai singoli media può essere utile a fini conoscitivi, perché ci permette per così dire di guardarli in faccia, ma è fallace sul piano interpretativo, perché il «sistema» dei media in cui ciascuno di essi acquista il suo senso non fa che modificarne di continuo le relazioni e i ruoli. La categoria di sistema dei media, che negli studi sulla comunicazione è emersa a partire dagli anni Novanta, risulta oggi decisiva ancora più che in passato, proprio perché permette di leggere in modo comunque organico e strutturato un universo dove i singoli media sono instabili, e incerti i loro confini. Emerge con sempre maggiore chiarezza (Ortoleva, 1995) come un punto di passaggio essenziale tra la lettura storica della comunicazione e la teoria dei media.

Perché, ci si potrà chiedere, questa instabilità è emersa così chiaramente solo oggi? È un po' come chiedersi perché la forma-libro dell'era elettronica fa emergere allo scoperto quei modi del leggere (zigzaganti, liberi, cumulativi) che erano in precedenza nascosti dalla normatività della forma-testo. L'informatizzazione, più che «liberare» la fruizione, l'ha portata allo scoperto; più che svuotare i singoli media ha evidenziato il gioco di scambi tra di essi che in precedenza era nascosto dal paesaggio stesso degli oggetti.

Fare del concetto di instabilità uno strumento critico non significa sancire la dissoluzione dell'idea tradizionale di media ma se così si può dire tradurla dalla forma-sostantivo alla forma-verbo, collocarla sempre nel tempo e nelle dinamiche di mutamento, dal livello micro degli usi a quello macro del sistema dei media.

In questa chiave la lettura del passato, in particolare delle fasi di più intenso cambiamento, contrassegnate proprio dal procedere per prova ed errore, dallo sperimentare di continuo e più o meno consapevolmente i possibili ruoli dei diversi media, non è un settore di ricerca specializzato e distinguibile da quella del presente, la «media history» dai «media studies», ma ne è una componente inscindibile. La storia non come studio del passato ma come lettura dei processi. Il presente come storia.

*Lo spessore
dei media*

I media sono spesso percepiti, dicevamo, come «collante» sociale, come «mediatori» tra persone e gruppi, tra mondi differenti. Si tratta di una verità parziale: essi infatti dovrebbero essere piuttosto interpretati di volta in volta come tramite e come confine, come veicolo e come sbarramento. Così il telefono è strumento di connessione addirittura a volte più intimo del colloquio «faccia a faccia» ma al tempo stesso conferma con la sua presenza l'assenza reciproca degli interlocutori. Così l'amplificazione acustica esalta la condivisione dello stesso spazio tra la «rock star» e il suo pubblico e insieme crea una sorta di barriera sonora tra di loro. Così lo schermo del computer collegato alla rete è una porta aperta che introduce l'utente in un intero mondo di connessioni e una porta chiusa che conferma la sua dipendenza dall'apparato (di una macchina di cui in generale non capisce il funzionamento, di una rete di cui non conosce il tracciato) per collegarsi a qualunque punto, anche il più vicino. Ogni medium è portatore di messaggi e segnale di separazione, veicolo di comunanza e marcatore di estraneità, comunicatore di esperienza e negatore della possibilità di esperire «davvero».

Una visione teoricamente avvertita del medium e dei media non può non tenere conto di questa doppiezza, anche perché essa impronta le norme e le pratiche d'uso di tutte le forme di comunicazione: dalle regole della conversazione telefonica miranti a scavalcare l'assenza dell'interlocutore o almeno a non sottolinearla in modo eccessivo, alle strategie comunicative dei concerti rock miranti a fare simbolicamente del pubblico un co-protagonista, alle retoriche della «user friendliness» che esaltano il protagonismo dell'utente man mano che il suo reale controllo

sulle tecnologie diventa più difficile. Una visione teoricamente avvertita legge il medium come intermediario ma anche come ostacolo, o meglio vede l'ostacolo che è implicito nella stessa funzione di intermediazione, e viceversa il carattere bifronte di ogni confine.

E ogni medium rappresenta una linea di confine: non solo tra i diversi soggetti che per altri versi connette, ma anche tra chi lo usa e l'uso (comunicativo prima di tutto) che intende farne. Lo «spessore» dei media, la loro resistenza alla funzione di comunicare che è ancora una volta l'altra faccia della loro capacità stessa di fare da veicolo, è presente in primo luogo nell'esperienza del singolo che li usa, ed è ovvio che sia così. La stessa cosa accade in fondo per ogni tipo di utensile, che in tanto agisce sul mondo in quanto resiste, cioè agisce al tempo stesso su chi lo impugna; in tanto risponde alla mano in quanto non le è troppo facilmente docile, non ne costituisce un semplice prolungamento. I media, tecnologie del dire più che del fare, non resistono tanto alla mano, quanto al desiderio stesso di esprimersi raggiungendo altre persone: è l'esperienza di chi parla, perché la «parole» saussuriana è il frutto di una serie di compromessi ininterrotti tra il «voler dire» e le possibilità offerte dal linguaggio; è l'esperienza di chi scrive, ed è ormai noto che lo «stile» è soprattutto il frutto di un processo di adattamento quasi darwiniano che diventa poi *habitus* («una volta è un errore, la seconda volta è un errore grave, la terza volta è uno stile», diceva Orson Welles); è l'esperienza di chi suona uno strumento musicale, e arriva ad «amare» i limiti del suo strumento proprio in quanto in quelli sta la sfida che continuamente deve superare e la potenzialità di bellezza che la musica stessa gli offre.

Di «spessore» dei media dobbiamo parlare anche dal punto di vista dei fruitori. Se è vero che anche i media detti «di massa» sono oggetto di un processo continuo di ricostruzione-aggiustamento da parte di ciascuno degli spettatori/ascoltatori o come vogliamo chiamarli, e ormai su questo siamo arrivati a un consenso relativamente ampio, è vero anche che queste attività non nascono, come si tende a dire idealizzando, da una sorta di «dialogicità» loro implicita. Nascono dal fatto che tutti, ma proprio

tutti, i media a cui accediamo sembrano offrirci, in continua successione, maniglie su cui far leva e superfici lisce su cui è difficile arrampicarsi, che ci richiedono di fare ricorso a un repertorio di risorse che varia da persona a persona. È l'azione da «bracconiere» di cui parla Certeau a proposito della lettura, in un libro che ha aperto molte strade.

Se il parlare, insomma, richiede una disponibilità ad arrangiarsi con gli strumenti che si hanno e, almeno in parte, «contro» il linguaggio stesso, altrettanto accade con il cinema o la televisione. Il cinema per esempio ci offre un'esperienza attraente e «facile», in apparenza, ma anche elusiva, fatta di invasione dei sensi ma anche di ambiguità segmentata del racconto, miti in frantumi che ci invitano all'identificazione ma al tempo stesso minacciano di continuo la nostra capacità di ricostruire con sicurezza un senso. È a questa ambiguità che si deve forse il bisogno, in sé difficile da spiegare, di andare al cinema in compagnia pur essendo, nel momento stesso dello spettacolo, sostanzialmente isolati: coloro che condividono la nostra esperienza sono prima di tutto una garanzia contro la capacità dello spettacolo di sopraffarci, e una certezza di un dialogo che ci permetterà, dopo, di riannodare i fili del significato. Potremmo parlare di una resistenza che il film offre a chi lo vede, e parallelamente di una che oppone a chi lo fa. Il mito del testo nasconde entrambe queste forme di resistenza, così essenziali per fare del cinema un linguaggio.

E in ogni caso tra la resistenza che il film (ma lo stesso si potrebbe dire *mutatis mutandis* del romanzo o del quadro) oppone al suo produttore e quella che oppone al suo spettatore esiste una stretta continuità. Attraverso il montaggio, dovremmo saperlo dagli scritti di Ejzenstejn se non altro, il «film-maker» simula il percorso mentale di chi segue la sua narrazione; ma al tempo stesso, l'attività mentale dello spettatore è una continua azione di ri-montaggio, che prende le mosse dal racconto a cui ha assistito per costruire racconti propri rimescolando nella memoria, o nella conversazione, il materiale visto.

Lo spessore dei media può essere colto solo, ancora una volta, passando dalla forma-sostantivo alla forma-verbo, spostando l'attenzione da un preteso oggetto dato in sé (il film) a una serie di

attività che in parte lo usano, in parte lo forgianno, in parte lo attraversano; che in parte se ne servono, in parte lo contrastano, in parte gli danno vita.

Un rapido cenno, per finire, a un punto di vista che potrebbe, più di altri, aiutare a fare uscire il concetto di medium e media dalle strettoie attuali. L'intuizione di fondo alla base del paradigma Innis-McLuhan è legata certo al succedersi nella storia di una varietà di strumenti, in particolare di strumenti di trasmissione attraverso il tempo e/o lo spazio. Ma il suo nucleo più prezioso riguarda solo in parte questi strumenti in quanto tali: riguarda almeno altrettanto la strutturazione spazio-temporale e percettiva (il crono-topo diremmo con un termine di Michail Bachtin) che inquadra la nostra esperienza, e di cui i media sono portatori. Prendendo a prestito un concetto che, prima degli sviluppi in campo cognitivistico, fu introdotto da Gregory Bateson, possiamo parlare di un «frame», generalmente invisibile per chi si trova al suo interno e incomprensibile per chi è al di fuori. L'auto-amputazione di cui parla McLuhan avviene tutte le volte che accettiamo (come scontato) un sistema dato, che media tra noi e gli altri esseri umani e che filtra il nostro rapporto con il mondo. Un «frame» che può nascere da uno strumento di comunicazione, ma anche da tante altre cose: così si spiega la scelta dello stesso McLuhan di attribuire lo *status* di medium al denaro e alle armi, ai vestiti e alle auto.

I media sono macchine produttrici di «frame», dotate di una potenza particolare in un'epoca che attribuisce alle tecnologie compiti in precedenza riconosciuti a istituzioni o credenze. Nella fase attuale questa funzione sembra progressivamente spostarsi per motivi che sono stati ampiamente evidenziati dalla macchina in quanto tale, l'«hardware», alle regole di funzionamento, insite in parte nei programmi in parte nelle convenzioni proprie ad esempio dei «social network». È il «frame» che costituisce il messaggio, sia che assuma la forma del medium o quella della convenzione, sia che si mascheri sotto le vesti ancor più suadenti del senso comune. È del «frame» che dobbiamo acquistare consapevolezza.

*Medium
o «frame»?*

Pensare i media: si tratta di una sfida, oggi, più ardua che ai tempi di Innis e poi di McLuhan, perché siamo circondati non solo dai media ma anche dai discorsi e dalle banalizzazioni che li riguardano, e perché si tratta non più, come allora, di una realtà poco visibile pur essendo sotto i nostri occhi alla maniera della *Lettera rubata*, ma di una realtà insieme scivolosa e idealizzata, mal definita e decisiva. Le prospettive di studio dei media, come dimostra questo numero di «Problemi dell'informazione», sono molteplici e per più aspetti feconde; ma una «critica» del concetto è più urgente che mai.

Riferimenti bibliografici

- Bolter, J.D., R. Grusin, (Cfr.) (2002), *Remediation. Competizione e integrazione tra media vecchi e nuovi*, Milano, Guerini
- Casetti, F. (2011), *I media nella condizione post-mediale*, in «Estetica dei media e della comunicazione», a cura di R. Diodato, A. Somaini, Bologna, Il Mulino
- Krauss, R. (2011), *Inventario perpetuo*, Milano, Bruno Mondadori
- Ortoleva, P. (1992), *Vite geniali. Note sulle biografie aneddotiche degli inventori*, in «Intersezioni», 1, 1992
- Ortoleva, P. (1995), *Mediastoria. Comunicazione e cambiamento sociale nel mondo contemporaneo*, ultima edizione, Milano, Il Saggiatore, 2002
- Ortoleva, P. (2009), *Modern Mythologies, the Media and the Social Presence of Technology*, in «OBS Observatorio», 1, 2009
- Ortoleva, P. (2009b), *Il più cretino dei media? Alle radici dei giudizi (e dei pregiudizi) sulla TV*, in «Bla, bla, bla. Parlare di televisione», numero monografico di «Link. Idee per la televisione», maggio, 2009
- Polanyi, K. (1987), *La libertà in una società complessa*, Torino, Bollati-Boringhieri, (testo originale del 1957)
- Uricchio, W. (2004), *Re-discovering the Challenge of Textual Instability: New Media's Lessons for Old Media Historians*, in «Screen Culture: History and Textuality», a cura di J. Fullerton, John Libbey, Eastleigh, 2004

Umanisticamente mediatici

Applicare McLuhan,
tra letteratura e comunicazione¹

di Elena Lamberti

Cento anni fa nasceva ad Edmonton, in Canada, Marshall McLuhan; difficile prescindere da questo anniversario nel momento in cui ci si interroga sull'universo «media», soprattutto se si intende questa riflessione come punto di partenza per ripensare oggi la galassia in costante divenire formata, appunto, dai Media Studies. Su cosa siano, di fatto, i Media Studies, si fatica ancora a trovare definizioni davvero condivise, fatto che, in sé, rivela la difficoltà di stabilire l'oggetto di osservazione (i media) come punto ontologicamente fermo e, dunque, «afferrabile» una volta per tutte. Per chi, come me, scrive sui media a partire da un'altra area disciplinare «tradizionale» (la letteratura), quale campo di studi i Media Studies appaiono davvero come una galassia, a tratti anche piuttosto nebulosa; perlomeno, appaiono come «lavori in corso» (anche di definizione). Ancora nel 2003, in *A Companion to Media Studies*, uno di quei volumi utili per mappare scritti e offrire appigli a chi si muove in una terra sempre inco-

¹ Le riflessioni proposte in questo intervento sono una anticipazione di quanto discusso nel seguente volume, in corso di pubblicazione: Elena Lamberti, *Marshall McLuhan's Mosaic. Probing the Literary Origins of Media Studies*, Toronto, University of Toronto Press, ottobre 2011.

gnita proprio perché in movimento, la curatrice definiva i Media Studies come una «interdisciplina dinamica», descrivendola così:

Media Studies is a relatively new interdiscipline, roughly dating back to the 1920s as a set of studies and the fifties as a «formal discipline»... The contemporary situation is such that as an interdisciplinary field, Media Studies has no easy boundaries or parameters. It draws on some of the more established disciplines both in the humanities and the social sciences such as history, political science, sociology, psychology, anthropology, linguistics, and literature. Media Studies also has great overlaps with newer disciplines and interdisciplines such as cultural studies, popular culture studies, film studies, American studies, journalism, communication, speech communication, education, and ethnomusicology, to name a few².

Per alcuni, tale definizione si traduce tout court in vero e proprio caos epistemologico; per paradosso, ad altri appare invece come un incontro necessario tra aree diverse tutte iscritte nella sfera delle «humanities»: una società complessa va affrontata con strumenti complessi. L'equilibrio tra le due posizioni non è facile da trovare; ripensare al lavoro di McLuhan può aiutare a trovare un punto di incontro. Non solo a partire dalle sue riflessioni sui media, sulle quali le ricezioni o narrazioni (sempre divergenti) non solo si sprecano ma, inevitabilmente, si inscrivono in settori dati, quanto piuttosto a partire dal suo *modus operandi*: un punto di vista mobile che cerca modelli, «patterns», per capire processi dinamici a partire dalla variabile mediatica. Una variabile che però si gioca su una definizione a sua volta mobile dello stesso concetto di «mezzo»: mezzo è ogni estensione dell'uomo, sia essa tangibile o astratta³. Proprio questa mobilità concettuale

² Angharad N. Valdivia, ed., *A Companion to Media Studies*, 1.

³ Elena Lamberti, *Marshall McLuhan. Tra letteratura, arte e media*, Milano, Bruno Mondadori, 2000, 11-18; 60-80.

può essere oggi punto di forza del pensiero mcLuhaniano capace ancora di offrire spunti «operativi» efficaci per leggere tanto fenomeni (mass)mediatici dell'oggi che processi storici più o meno recenti. Anziché studiare, commentare, celebrare o criticare McLuhan, potremmo forse iniziare ad «applicarlo». In fondo, McLuhan ha persino teorizzato la sua metodologia, proponendo – molto seriamente – di «applicare il metodo dell'analisi artistica alla valutazione critica della società»⁴. I media sono, fruibili (e, dunque) analizzabili, proprio come altre forme d'arte perché, come ricorda nel «classico» della comunicazione *Understanding Media*, «all media are active metaphors in their power to translate experience into “new form”»⁵. Non è un caso che, da professore di letteratura inglese quale egli era, tutte le esplorazioni mcLuhaniane si costruiscono a partire dal mezzo di comunicazione più «umano» che abbiamo: il linguaggio. Il linguaggio inteso come metafora, «in the sense that it not only stores but translates experience from one mode into the other»⁶. Ovvero: il linguaggio come tramite di conoscenza «in sé», strumento privilegiato di ogni comunicazione proprio perché intrinsecamente dinamico e, a sua volta, in divenire. Proprio come tutti gli altri media. Applicare McLuhan tra letteratura e comunicazione vuol dire dunque instaurare un dialogo umanistico e ecologico per poter osservare, senza pregiudizi e consapevolmente, il cambiamento.

Nel 1977, Marshall e Eric McLuhan, con Kathy Hutchon, pubblicarono *La città come aula*⁷, testo di grande respiro pedagogico che poneva al centro della riflessione sui nuovi media il rapporto tra i curricula formativi tradizionali e il mondo inteso come ambiente imprescindibilmente formativo. Il concetto di «mezzo» veniva associato tanto all'idea di «formazione» che a quello di «in-

*Dall'anatomia
alla sintesi*

⁴ Marshall McLuhan, *La sposa meccanica*, VII.

⁵ Marshall McLuhan, *Understanding Media*, 64 (enfasi mia).

⁶ Marshall McLuhan, *The Gutenberg Galaxy*, 13.

⁷ Marshall McLuhan, Eric McLuhan, Kathy Hutchon, *City as Classroom. Understanding Language and Media*, Toronto, Book Society of Canada Limited, 1977 (*La città come aula. Per capire il linguaggio e i media*, a cura e trad. di A. Lorenzini, Roma, Armando Editore, 1980).

formazione», in un processo teso a riconcettualizzare le modalità dell'apprendimento attraverso la ridefinizione del rapporto docente/discente in seno ad un ambiente altamente tecnologizzato. La tesi del libro seguiva riflessioni già proposte dallo stesso Marshall sul finire degli anni cinquanta, allorché suggeriva la necessità di ripensare al ruolo dell'insegnante e della scuola alla luce del divenire tecnologico: per controbilanciare l'effetto dei media già operanti all'esterno dell'aula e già in grado di trasformare gli studenti in co-autori e consumatori di informazione e conoscenza, l'insegnante non doveva più essere fonte di «nozioni» ma di «illuminazioni». Come ebbe a dire in una conferenza sulla «rivoluzione elettronica»:

As we extend our educational operation by television and videotape we shall find that the teacher is no longer the source of data but of insight. More and more teachers will be needed for the type of depth instruction that goes naturally with television, with «light through» rather than «light on»⁸.

Coerentemente, i lettori de *La città come aula*, erano invitati ad uscire dall'aula per entrare nella città-mondo e «indossarla»: la conoscenza si spostava dal chiuso dell'aula all'ambiente esterno, per recuperare lo scarto conoscitivo tra quell'ambiente «accelerato» e un ambiente interno «statico» e concentrato su dinamiche educative e cognitive legate a modelli ormai superati dalla contingenza tecnologico-mediatica. Un'idea che, nel processo di storizzazione del pensiero di McLuhan, ha reso la ricerca mcluhaniana invisibile, ad esempio, agli studiosi di letteratura, rendendola territorio privilegiato di sociologi e massmediologi: nella ricezione che ha a lungo prevalso, McLuhan è contro la civiltà del libro e a favore dei nuovi media; McLuhan derubrica il fattore umano a favore di quello tecnologico. La logica del pro o contro nella ricezione delle idee sui media del teorico canadese, oggi per fortuna

⁸ Marshall McLuhan, *Electronic Revolution*, 1959, in «Understanding Media», 10.

superata, ha spesso precluso la possibilità di applicarle allo studio della letteratura o delle arti visive, con pochissime eccezioni⁹.

Per come si sono messe le cose, applicare, per così dire, McLuhan allo studio della letteratura – e per traslato agli studi umanistici di cui i Media Studies sono parte integrante – vuol dire oggi rivoluzionare canoni e classificazioni, ridefinire i modi e le ragioni con le quali interpretiamo (ed abbiamo interpretato nel tempo) le opere creative proprio a partire dall'idea di «mezzo». Vuol dire abbandonare la critica anatomica alla Frye ed adottare una visione ditirambica e sintetica, tesa a trovare contro-ambienti capaci di rivelare l'interazione complessa tra figure e sfondo¹⁰. Vuol dire adottare quel punto di vista mobile di cui sopra, che definisce il «mezzo» non come «oggetto» o «tecnologia», ma come «processo» dinamico che coinvolge molti attori e contemporaneamente: «Le cose sfuggono all'osservazione: solo i rapporti tra le cose sono osservabili». È un'idea che funziona bene anche nell'ambito degli studi letterari e, a maggior ragione, laddove gli studi letterari sono a loro volta strumento operativo per indagare problematiche complesse, come nel caso degli studi sulla memoria in seno ai quali la letteratura è, per definizione, un «mediatore» di memoria». Adottare un punto di vista mediaticamente mobile anche per indagare le «Belles Lettres» vuol dire, in altre parole, riscrivere (o completare) la storia della letteratura non solo sulla base di generi e canoni definiti a partire da classificazioni dialettiche di stili e stilemi, ma includendo anche l'indagine delle dinamiche psico-percettive, emozionali e cognitive con le quali una

⁹ Penso soprattutto alla bella introduzione di Amleto Lorenzini all'edizione italiana de *Il Paesaggio Interiore* (Carnago, Varese, Sugarco, 1983); e penso ai lavori di Renato Barilli nel campo dell'estetica e dell'arte.

¹⁰ Marshall possessed what Lévi-Strauss called «the dithyrambic gift of synthesis, the almost monstrous faculty to perceive as similar what other men have conceived as different». He treated academic boundaries as barriers; professionalism as constipation; ignorance as an asset. His approach resembled Operations Research, a Second World War programme in which biologists and psychologists worked on problems ordinarily assigned to engineers and physicists. He loved to apply one discipline's insights to another discipline's data... The magic of joining opposites delighted him. Every cliché became an inverted cliché. In the country of the blind, he said, the one-eyed man is a hunted criminal (Carpenter, *Remembering Explorations*, 7).

determinata opera si inserisce in un determinato ambiente complesso. Se si considera l'opera letteraria (o artistica) come «“mezzo” alla McLuhan», allora la si può ridefinire per come si colloca nell'ambiente: come sua continuazione o come sua antitesi. Vuol dire anche rivedere il rapporto tra variabile tecnologia, mondo e rappresentazioni del mondo.

Tale variabile, infatti, non può più essere acquisita solo come pretesto narrativo circoscritto a generi letterari dati (la fantascienza, il romanzo come affresco e/o denuncia di limiti e vantaggi del progresso tecnologico, ecc.); piuttosto, deve essere intesa anche e soprattutto come «componente strutturale» di un'opera, capace di incidere anche sulla sua forma e sulla sua fruizione. Non dunque solo letteratura tout court, dai confini comunque certi e archiviati in manuali e storie letterarie o di critica letteraria più o meno monumentali; ma piuttosto «story-telling», il raccontare storie in seno alla letteratura attraverso forme diverse permeabili anche alla variabile o veste mediatica, che creano rapporti diversi con fruitori sempre diversi: per età, per genere sessuale, per variabile etnica, geo-politica e, naturalmente, tecnologica. Come mai per un adolescente di oggi l'idea di «montaggio» o di «mosaico “narrativo”» è meno problematica di quanto non lo fosse per i primi lettori di Mallarmé, di Joyce?

Tradurre il punto di vista mobile enunciato da McLuhan e ripreso dagli studiosi della nuova ecologia dei media nell'ambito della critica letteraria e umanistica vuol dire trasformare lo story-telling – alla base di ogni produzione sia letteraria che comunicativa – in una pratica «performativa» che ha, tra le altre, la funzione di contribuire all'esplorazione di vecchie e nuove dinamiche ambientali per trovare nuove chiavi di interpretazione della nostra storia culturale, così come del nostro presente. Allo stesso modo, vuol dire anche espandere l'idea di letteratura e recuperare la dimensione narrativa o letteraria di situazioni, mezzi e tecnologie «altre» dalla letteratura, dentro e fuori gli studi umanistici; in fondo, la comunicazione è di per sé narrazione, ovvero passaggio di storie, e l'informazione è innanzitutto sintetizzabile come linguaggio. Linguaggio del quale anche attraverso lo studio umanistico possiamo recuperare retorica e affabulazione; appunto, lo

story-telling intrinseco ad ogni mezzo di comunicazione e informazione, quello che innesca un dialogo cognitivo, intellettuale ed emozionale con ogni fruitore.

Non è casuale che McLuhan definisse le sue osservazioni sui media come «Joyce applicato», né che ripetutamente sottolineasse il ruolo fondamentale avuto dalle avanguardie artistico-letterarie del primo novecento nella definizione di un suo proprio *modus operandi* come teorico dei media:

*L*etteratura
come mezzo,
mezzo
come narrazione

Dopo una iniziazione devota e convenzionale alla poesia quale ribellione romantica contro l'industria meccanizzata e la stupidità burocratica, Cambridge fu uno shock. Richards, Leavis, Eliot e ancora Pound e Joyce in poche settimane aprirono le porte della percezione sul processo poetico ed il suo ruolo nell'adattare il lettore al mondo contemporaneo.

Il mio studio dei media ha avuto inizio ed è sempre rimasto radicato nell'opera di questi scrittori. (...)

Gli «effetti» dei nuovi media sulla nostra vita sensoriale sono simili agli effetti della nuova poesia. Essi mutano, non i nostri pensieri, ma la struttura del nostro mondo¹¹.

Di nuovo, i media come processi capaci di innescare «effetti» tangibili su di noi e sul nostro mondo, paragonabili a quelli posti in essere dalla «nuova» poesia: «Ciascun mezzo d'espressione modifica profondamente la sensibilità umana in modi principalmente inconsci e imprevedibili»¹² che lo story-telling (iscritto in una poesia, così come in ogni altra forma creativa e comunicativa), proprio per il suo fare leva su meccanismi percettivi legati al nostro paesaggio interiore, recepisce e metabolizza in tempo reale. «La maggior parte dei problemi di lettura del *Finnegans Wake* scompare nel momento in cui si capisce che Joyce usa gli stessi

¹¹ Marshall McLuhan, *Il paesaggio interiore: la critica letteraria di Marshall McLuhan*, Carnago, Varese, Sugarco, 1983, 20.

¹² *Ibidem*, 28.

media come forme d'arte»¹³; allora perché non rivedere le produzioni letterarie alla luce della grande narrazione sui media suggerita da McLuhan? Allo stesso modo, perché non considerare i media come forme narrative e la letteratura come uno tra i mezzi attraverso i quali la narrazione si attua? Dopotutto, il «metafisico dei media» era, a tutti gli effetti, un professore di letteratura inglese. «Non avete mai pensato ad una pagina di giornale come ad un paesaggio simbolista?»¹⁴. «È strano come la stampa popolare come forma d'arte abbia attirato l'entusiastica attenzione dei poeti e degli esteti suscitando invece le più lugubri inquietudini nella mente accademica». Per Ezra Pound – maestro eletto di McLuhan – «Literature is news that stays news»¹⁵. Tutti raccontiamo storie e, di volta in volta, l'affabulazione si modella a partire tanto dal fattore umano (noi stessi, l'autore, il commentatore) che dalle potenzialità del «mezzo» che utilizziamo; se lo capiamo, le nostre storie hanno maggiori possibilità di «rimanere notizie».

L'idea di «story-telling» come elemento strutturale di ogni forma di comunicazione, può essere giustapposta allo sfondo dinamico costituito da quelle che McLuhan definisce le tre grandi età dell'uomo: l'età orale, l'età meccanica o età letterata, l'età elettrica o elettronica. Sulle dinamiche ambientali pertinenti ad ognuna età, la letteratura è vastissima¹⁶. Sappiamo come, a partire dal XIX secolo, i nuovi mezzi elettronici rimodellano la società letterata fino alla creazione di un ambiente in seno al quale le nuove tecnologie della comunicazione e dell'informazione hanno acquisito una posizione predominante. I critici hanno definito questo

¹³ *Ibidem*.

¹⁴ Marshall McLuhan, *The Mechanical Bride: Folklore of Industrial Man*, Corte Madera, Ginko Press, 2002, 3.

¹⁵ Ezra Pound, *ABC of Reading*, London-Boston, Faber and Faber, 1991, 29.

¹⁶ Tra i tanti testi, oltre ai «classici» meluhiani, si ricordano: Havelock, A., 1963, *Preface to Plato*, Cambridge Mass., Harvard University Press; Ong, W., 1982, *Orality and Literacy: The Technologizing of the Word*, London-New York, Routledge; Innis, H.A., 1951, *The Bias of Communication*, Toronto, University of Toronto Press; McLuhan, M., 1964, *Understanding Media*, New York, Signet Books; McLuhan, M., 1962, *The Gutenberg Galaxy*, Toronto, University of Toronto Press.

processo come il passaggio dalla società letterata alla società «post-orale» o «dell'oralità secondaria», mettendo in luce gli effetti nel tempo di tale passaggio sulla creazione di nuovi ambienti, di nuove pratiche comunitarie, così come sulla definizione di una nuova idea di «individuo», sempre più «tribale» e inscritto in un dinamico «villaggio globale», immagine che ha tradotto nell'immaginario collettivo la forma mondo così come si è definita nel Novecento. Il tribalismo elettrico ha ricreato artificialmente situazioni comunicative e pratiche sociali della prima età orale, complicate dalla variabile meccanica e letterata che, naturalmente, non è venuta meno. I cantastorie e i banditori del nuovo giornalismo-spettacolo replicano processi comunicativi propri di un mondo analfabeta, costruendo miti e notizie mediate da palinsesti meccanicamente montati, creando memorie collettive semplificate in «eventi iconici» rappresentativi di ambienti universalmente massmediatici; lo story-telling «post-orale» è variabile pervasiva e invasiva, all'apparenza democratica ma spesso foriera di una idea distorta di «protagonismo» e «presenza». Non v'è dubbio sul nostro essere ad un tempo produttori e consumatori di notizie e informazioni, ovvero apparteniamo tutti alla nuova specie post-orale, il «prosumer». Ma (domanda tendenziosamente retorica) siamo davvero tutti anche «co-autori» dei palinsesti che consumiamo e delle storie che «esperiamo»? Se le nuove «performances of presence» rendono il nostro corpo sociale sempre più fluido¹⁷, c'è chi ci ricorda che «human beings become a commodity in a celebrity culture» quale è la nostra¹⁸. Riflettere sui meccanismi di costruzione e fruizione di percorsi di story-telling tanto letterari che mediatici può aiutare ad acquisire maggior consapevolezza delle dinamiche (non solo culturali) di un determinato ambiente comunicativamente complesso.

Nel tempo, le produzioni per così dire «creative» – ogni atto narrativo in ogni sua «forma» e «mezzo» – attraversano questi pro-

¹⁷ R. Berger, *Télévision. Le nouveau Golem*, 1991.

¹⁸ Chris Hedges, *Empire of Illusion. The End of Literacy and the Triumph of Spectacle*, Toronto, Random House/Vintage Canada, 2010.

cessi comunicativo-ambientali e diventano mediatori di memoria (culturale), tanto di singoli episodi che connotano un nuovo ambiente al suo interno (la tecnologia come «trama» narrativa; l'intreccio e le figure che vengono trasmesse da una data opera), che delle dinamiche più complesse di elaborazione, nel tempo, degli ambienti stessi (la tecnologia come sollecitazione formale). È quest'ultimo aspetto che può essere raffinato dall'incrocio tra studi letterari e studi sulla comunicazione, ad esempio affrontando lo story-telling non tanto sulla base di canoni sistematizzanti costruiti in seno a critiche tradizionali, quanto piuttosto sulla base della struttura operativa in cui lo story-telling si iscrive o, meglio, delle modalità di fruizione che «innesca» in noi, proprio come ogni altro «mezzo» da noi prodotto. Se recepite come «tecnologie» strutturate sulla base di precise dinamiche psico-percettive, le produzioni artistico-letterarie possono essere meri riflessi dell'ambiente che le contiene oppure contro-ambienti capaci di illuminare ciò che non sempre si vede dell'ambiente che le contiene. Nel primo caso, ci rassicurano; nel secondo caso, ci sfidano. Ci pongono, però, non solo una sfida intellettuale (facilmente ammessa e riconosciuta), ma anche e soprattutto intellettuale e cognitiva (a volte ignorata o non «percepita»).

Gli studiosi di media ci insegnano che un nuovo mezzo, una nuova tecnologia, non sostituisce le precedenti tout court; piuttosto, le complica. Vecchi e nuovi media si integrano fino a creare ambienti ibridi e complessi, che ci viene richiesto di esperire in modo ecologico e aperto¹⁹. L'ecologia dei media è, infatti, «un campo di ricerca interdisciplinare che si rifà agli studi critici sulla scrittura, sul linguaggio, sulla cultura e sulla tecnologia pubblicati a partire dall'inizio del XX secolo, nonché alla successiva produzione dedicata allo studio dei media e della comunicazione»²⁰.

¹⁹ Levinson, P., 1988, *Mind at Large: Knowing in the Technological Age*, JAI Press; Postman, N., *The Humanism of Media Ecology*, «Proceedings of the Media Ecology Association 1», pp. 10-16 (online).

²⁰ Strate, L., *Il tempo, la memoria e l'ecologia dei media*, in Agazzi e Fortunati, «Memoria e saperi. Percorsi transdisciplinari», Roma, Universale Meltemi, 2007, 380. Si veda anche: Strate, L., *Echoes and Reflections: on Media Ecology as a Field of Study*, Cresskill, Hampton Press, 2006.

Dal canto loro, gli studiosi di letteratura ci hanno da sempre insegnato che, nel tempo, le «humanities» hanno spesso offerto uno specchio analogico al progresso e al cambiamento tecnologico. Più di recente, critici letterari hanno iniziato ad ammettere che le opere «creative» non ci hanno solo aiutati a cogliere realtà complesse nel loro divenire (soprattutto se lette «a posteriori»), ma hanno anche contribuito ad «allenarci» al cambiamento ambientale proprio grazie all'introduzione continua di variazioni formali. Da Omero in poi le forme letterarie non hanno solo modellato le nostre coscienze, ma anche e soprattutto hanno giocato un ruolo importante sia su come guardiamo il mondo che su come possiamo scrutare «attraverso» il mondo²¹.

Partendo da questa considerazione, si può dunque osare ed adottare alcuni principi portanti dei Media Studies, soprattutto di quelli sviluppatasi nell'ambito della Ecologia dei Media, per dare vita ad un rinnovamento profondo del nostro modo di concepire lo story-telling: non più come soggetto di studio inserito in un determinato campo di indagine specialistico in seno alle «humanities» in senso lato (la letteratura declinata in tutti i suoi generi; le arti visive classificate per epoche e scuole; gli studi di cinema o di prodotti «fictional» mediati elettricamente, elettronicamente o digitalmente), ma piuttosto come mezzo complesso in sé, che opera in seno ad ambienti ibridi e a loro volta complessi. Un mezzo ontologicamente complesso, la cui funzione intrinseca è quella di trasformarsi in strumento operativo capace di evidenziare i nessi causali nella definizione di processi storici, culturali, sociali e tecnologici; nonché aprire nuove prospettive di indagine per cogliere le ripercussioni, nel tempo, che tali cambiamenti hanno avuto e possono avere sul «fattore umano», inteso tanto in termini di identità individuale che collettiva.

²¹ Hutcheon, L., M.J. Valdés, 2002, *Rethinking Literary History: a Forum on Theory*, NYC, Oxford University Press; Hayles, N.H., 1984, *The Cosmic Web, Scientific Fields Models and Literary Strategies in the Twentieth Century*, Ithaca-London, Cornell University Press; Lambert, E., 2007, *From linear to acoustic space: modernist heuristics and the new media-induced environment*, in «MODERNISM, A Volume in the International Comparative Association (ICLA) series. Comparative History of Literatures in European Languages (CHLEL)», edited by V. Liska, A. Eysteinnsson, John Benjamins, Amsterdam and Philadelphia, 2007, pp. 431-448.

*Ambienti
e contro-ambienti
percettivi*

Una grande lezione che gli studi umanistici in senso lato possono derivare dall'applicazione degli studi sulla comunicazione «alla McLuhan» è dunque quella di elaborare nuove definizioni di «genere» sulla base non tanto dei canoni dati (epica, poesia romantica, poesia modernista, romanzo storico, romanzo a chiave, ecc.) o del codice espressivo specifico (letteratura, arti visive, cinema, installazione, video art, ecc.), quanto piuttosto dal modo di fruizione dell'opera presa in esame: letterata o orale; lineare o acustica; calda o fredda; capace di estendere o intensificare la realtà, ovvero usando le celebri classificazioni proposte da McLuhan in *Understanding Media*. Seguendo questa idea, potremo definire alcuni romanzi come «orali» e non tanto «letterati» sulla base del tipo di interazione richiesta al lettore. Il già citato *Finnegans Wake* di James Joyces, ad esempio, verrebbe classificato come opera acustica e orale, fredda, capace di aumentare e non solo di estendere la realtà; un'opera che invita il lettore a farsi punto di fuga e partecipare all'azione di costruzione del testo, da percepire non come altro da sé («light on») ma come parte di sé («light through»). Allo stesso modo, partendo dalla riflessione sulla modalità percettiva, potremmo definire «letterate» e «lineari» opere che non appartengono alla letteratura *stricto sensu* e che, anzi, sono di solito associate ad altre categorie sensoriali e percettive, ad esempio un film o un quadro. Lo story-telling di un quadro rinascimentale, ad esempio, è costruito su modalità «meccaniche» e «lineari»: estende la realtà attraverso ambienti prospettici e ordinati che il nostro occhio percepisce meccanicamente in modo ordinato attraverso un punto di fuga interno all'opera sapientemente costruito dall'artista che percepiamo come altro da noi (light on). Allo stesso modo, una pellicola cinematografica può essere definita in termini di «linearità»: «light on», montaggio in sequenza.

La rivoluzione classificatoria che può fare storcere il naso agli amanti della critica anatomica o sistematizzante, così come a chi ancora difende rigidi confini disciplinari, può diventare un gioco utile per ripensare alla nostra storia culturale poiché aiuta a definire la presenza costante di contro-ambienti percettivi – anche all'interno di generi «dati» – che ci permettono di uscire dalla

narcosi sensoriale che ci impone, di volta in volta, il cambiamento²² per cogliere così le interazioni reciproche e costanti di media diversi. Ci permette, in breve, di capire che i media come ambiente danno vita a ibridi complessi che si compenetrano e che, se colti, permettono una osservazione più lucida dello sfondo e delle figure, così come della loro interazione: nell'età dei lumi e della ragione (lineare, letterata e meccanica), il letterario *Tristan Shandy* di Laurence Sterne è una sfida acustica; all'alba dell'età elettrica (orale e acustica), i film sono produzioni «lineari» (il nuovo mezzo elettrico – la cinematografia – utilizzava infatti dinamiche percettive costruite sul modello lineare del romanzo ottocentesco)²³. Nello stesso periodo, le produzioni letterarie sperimentali delle avanguardie (dal futurismo al vorticismismo all'imagismo) costituiscono rese acustiche di un ambiente che si sta rapidamente riconfigurando in termini di oralità secondaria. Non è forse un paradosso illuminante? All'inizio del Novecento, il nuovo mezzo – il cinema – preserva di fatto il vecchio ambiente (meccanico), mentre il vecchio mezzo – la letteratura – avvicina i propri lettori al nuovo ambiente mediatico, non perché lo racconta, ma perché lo «rende» direttamente sulla pagina stampata. E, al tempo stesso, sia i film che la letteratura d'avanguardia sono forme ibride, costruite sull'incontro tra vecchio e nuovo;

²² «The new media and technologies by which we amplify and extend ourselves constitute a huge collective surgery carried out on the social body with complete disregard for antiseptic. If the operations are needed, the inevitability of infecting the whole system during the operation has to be considered. For in operating on society with a new technology it is not the incised area that is most affected. The area of impact and incision is numb. It is the entire system that is changed. [...] Each new impact shifts the ratios among all senses». Marshall McLuhan, *Understanding Media*, 70.

²³ In *Understanding Media* McLuhan definisce il cinema come «the final fulfilment of the great potential of typographic fragmentation», tanto che «movies assume a high level of literacy in their users and prove baffling to the non literate» (249). Se si accetta questo presupposto, si può affermare che, prima che le nuove tecnologie digitali, a partire dal 3D, trasformassero l'oggetto film in termini di «fruizione», in un mezzo post-oralità secondaria, il cinema ben rappresentava la civiltà dell'occhio. Prima dello sviluppo di tecnologie interattive o, ancora prima, della sua traduzione in contenuto per la televisione, e sebbene la tecnica del montaggio appartenga alla produzione cinematografica, il modo di fruizione delle pellicole era infatti ancora «meccanico», «letterato» in senso mcLuhaniano: «light on», l'audience che guarda allo schermo da una certa distanza, ciascun fruitore preso da un proprio «viaggio interiore».

entrambe incarnano «a spectacular wedding of the old mechanical technology and the new electric world»²⁴.

L'atto dello story-telling (mediato attraverso forme diverse come le parole, la letteratura, le arti, vecchi e nuovi media) avvicinato come «mezzo» fruibile in modalità diverse può così essere letto non solo come «discorso», ma anche come pratica sociale che contiene – nella «narrazione» (il «telling») mediata dal linguaggio, dalle immagini, dai suoni, dal corpo, dalle tecnologie – esperienze complesse percepite come processi storici e culturali, come «memorie» di esperienze individuali e collettive. Se letto come pratica sociale, lo story-telling acquista una funzione performativa potente e può contribuire a ridefinire concetti quali quello di partecipazione attiva alla produzione di conoscenza, rivedendo l'interazione tra chi «racconta» e chi «ascolta» non in termini di passaggio di nozioni ma di illuminazioni. In altre parole, il gioco di cui sopra non è fine a se stesso e nemmeno serve a far discutere specialisti dentro e fuori una specifica area di studi: riflettere sui meccanismi di costruzione dello story-telling alla luce di una ecologia dei media serve a controbilanciare quella tendenza prima accennata ad una perversa idea di partecipazione che connota la nostra società dello spettacolo. Recuperare lo story-telling come pratica sociale e performativa fondata sull'interazione complessa tra forme diverse di comunicazione può coadiuvare a dare nuova energia a ciò che rende di fatto unico il «fattore umano» in quanto tale: il linguaggio, ovvero il potere intrinseco che le parole hanno di contenere (e fare «sentire» in senso conradiano) il mondo²⁵.

*Contro-implosioni:
la tetrad
come story-telling*

A differenza di quanto accadeva per gli studenti di McLuhan nel 1977, oggi il confine tra «dentro» e «fuori» è venuto meno: siamo costantemente «dentro» un abbraccio mediatico che sovrappone paesaggio interiore e mondo esterno. Siamo sempre accesi, connessi in un loop mediatico senza precedenti. Abbiamo «indos-

²⁴ *Understanding Media*, 249.

²⁵ Nella sua famosa prefazione al romanzo *Il negro del Narciso*, Joseph Conrad scriveva che suo scopo come autore era quello di «to make you see, to make you hear, and above all “to make you feel”».

sato» la città ma, a sua volta, la città ha indossato noi, un po' come accade al giovane Henry Packer in *Cosmopolis* di Don DeLillo: vive immerso nei media, percepisce la realtà attraverso schermi di varia natura e attraversa la città di New York chiuso in una macchina all'interno della quale televisori sempre accesi gli fanno vedere in presa diretta quello che, di fatto, accade a pochi metri da lui e che dal finestrino gli appare poco chiaro o confuso; è perennemente «on», non riesce a dormire e la sua vita sensoriale è ormai dominata da una apatia endemica, fatica ad emozionarsi.

«The price of eternal vigilance is indifference» ammoniva il critico canadese, che ricordava anche come la parola – il linguaggio – fosse stata la prima tecnologia grazie alla quale gli uomini si sono distaccati da un ambiente e sono riusciti a «vederlo» in modi nuovi. La sensazione è che oggi noi stiamo operando, invece, al contrario; ovvero stiamo di fatto svuotando le nostre narrazioni di quel potenziale euristico che, invece, potrebbe aiutarci a cogliere gli effetti collaterali di ogni «mezzo» e di ogni processo comunicativo, particolarmente necessario laddove si sta vivendo una implosione. Un esempio su tutti: definiamo le nostre azioni nel nuovo mondo online utilizzando lo stesso linguaggio che utilizziamo per le nostre azioni nel «vecchio» ambiente; un livello linguistico è semplicemente scivolato nell'altro senza apparenti «aggiustamenti» semantici.

Nei social networks noi chiediamo a qualcuno se vuole essere nostro amico, lo «tocchiamo», lo «seguiamo», «approviamo» o «disapproviamo» idee e cose sulla base di modelli di comunicazioni pre-formattate. Se provassimo a fermare qualcuno che non conosciamo per la strada chiedendogli a bruciapelo se «vuole essere nostro amico» susciteremmo quanto meno perplessità. Se poi provassimo a seguire o a toccare qualcuno che non conosciamo, saremmo subito tacciati di comportamento offensivo o minaccioso. Nel mondo dei «social networks» è considerato normale quello che nel mondo del «life-work» non lo è affatto, ma che è connotato attraverso le stesse espressioni. Non siamo riusciti a tradurre linguisticamente il venire meno del confine ambientale tra «dentro» e «fuori», tendiamo a vivere questa situazione attraverso

una schizofrenia linguistica particolarmente inquietante, senza davvero percepirne la complessità, le potenzialità e gli inevitabili limiti o onde di rimbalzo²⁶.

Nel 1977, Eric e Marshall McLuhan, Kathy Hutcheon invitando i loro lettori ad «uscire dall'aula» ed affrontare la città li dotavano di un kit esplorativo particolarmente «povero»: una serie di domande da porre e da porsi, l'invito ad interrogarsi e a interrogare attraverso il linguaggio e giustapporre le narrazioni che inevitabilmente si sarebbero raccolte, a partire dalle proprie. L'idea era quella di iniziare a mappare linguisticamente e culturalmente la complessità del nuovo ambiente, i punti di forza, di novità, così come le debolezze. Gli individui diventavano interfacce attive nel processo di acquisizione di conoscenza che si complicava proprio attraverso il loro agire. Era l'antidoto al mondo dei sondaggi che, invece, tentava già di tradurre la complessità narrativa in schemi sterilmente binari. La miopia culturale dei sondaggi era già stata denunciata da McLuhan nel suo primo libro, *La Sposa Meccanica*: nel capitolo a loro dedicato, i «gallupuziani» – sondaggisti swiftianamente «nani» non nel corpo ma culturalmente: «come fa quella sorta di profilo statistico del Gallupuziano ad affascinare la mente Lillipuziana?»²⁷ – rappresentavano la negazione stessa della comunicazione, la parcellizzazione della complessità in unità discrete e sterili ottime per ipnotizzare menti e personalità («Avete una personalità? La nostra clinica per manager vi aiuterà a liberarvene»)²⁸.

Oggi, oltre trenta anni dopo *La città come aula* non possiamo più «uscire fuori»; aula e città si sovrappongono e, allo stesso modo, dimensioni pubbliche e private hanno ormai confini labilissimi. La previsione di McLuhan era giusta: «More and more teachers will be needed for the type of depth instruction that goes on naturally with television, with “light through” rather than “light on”».

²⁶ Proprio su questo tema riflette *Two Boys*, la nuova opera del giovanissimo compositore Nico Mulhy, su libretto del drammaturgo Craig Lucas, entrambi statunitensi, al centro della quale sta proprio il rapporto tra mondo reale e social networks.

²⁷ Marshall McLuhan, *The Mechanical Bride*, 46.

²⁸ *Ibidem*, 35.

E, paradossalmente, dopo avere esplorato i media per capirli e, soprattutto, per capire il cambiamento ambientale, il critico canadese ha concluso la sua ricerca con un'opera tesa a recuperare il più antico dei mezzi inventati dall'uomo, quello che lo connota come essere privilegiato nel mondo animale, l'unico che possa aiutare l'uomo ad andare davvero «in profondità»: il linguaggio. Le parole sono strumenti esplorativi particolarmente efficaci proprio per il loro essere «intrinsecamente narrative»:

Words are complex systems of metaphors and symbols that translates experience into our uttered or outered senses. They are a technology of explicitness. By means of translation of immediate sense experience into vocal symbols, the entire world can be evoked and retrieved at any instant²⁹.

Le leggi dei media, libro McLuhaniano trascurato dalla critica e di solito poco amato da sociologi e massmediologi, è invece libro «letterario» ed «umanistico» per eccellenza, capace di rimettere al centro l'individuo e di elevare il linguaggio a forma d'arte; in quanto tale, il linguaggio diventa mediatore privilegiato di conoscenza capace di trasformare un cliché nel suo opposto. Le leggi dei media non sono una scienza esatta, ma un sistema esegetico ed operativo «aperto» all'interazione col mondo e con il soggetto che osserva:

More of the foundation of this New Science consists of proper and systematic procedure. We propose no underlying theory to attack or defend, but rather a heuristic device, a set of four questions, which we call a tetrad. They can be asked (and the answer checked) by anyone, anywhere, at any time, about any human artefact. The tetrad was found by asking, «What general, verifiable (that is, testable) statements can be made about all media?» We were surprised to find only four, here posed as questions:

²⁹ Marshall McLuhan, *Understanding Media*, 64.

What does it enhance or intensify?
What does it render obsolete or displace?
What does it retrieve that was previously obsolesced?
What does it produce or become when pressed to an extreme?³⁰

Queste domande si traducono in modello operativo definito «tetrade» che si propone come campo di osservazione e di azione che l'esploratore è chiamato a completare:

espande	si rovescia
___ <i>mezzo osservato</i> ___	
recupera rende	obsoleto

Le quattro domande poste dal modello tetradico di McLuhan ci costringono a riflettere su dinamiche ambientali che operano sia sull'asse diacronico che sincronico, senza un ordine dato ma simultaneamente. Ciascuno di noi osserverà e darà risposte diverse, perché diverse sono le nostre storie, diversa è la nostra biologia, etnia, cultura, formazione e, soprattutto, diverso è il nostro linguaggio e, anche, la nostra capacità affabulatoria. Noi esperiamo la nostra realtà anche attraverso il nostro linguaggio, che poi montiamo in affabulazioni che, nel tempo, abbiamo imparato ad articolare sulla base di modelli retorici riconoscibili. C'è una ragione per la quale le leggi dei media si costruiscono su quattro domande e non su tre o su mille: sono elaborate a partire da una precisa e solida tradizione umanistica, quella della *translatio studii*, tesa a recuperare i quattro livelli di conoscenza, tutti simultaneamente contenuti nello story-telling del testo/mezzo preso in esame. Dal senso letterale (la storia), ci si muove verso quello allegorico, per arrivare all'interpretazione morale e infine a quella escatologica, in una sfida alla conoscenza continua, complessa e ludica che unisce ecologicamente la tradizione umanistica e gli studi sulla comunicazione:

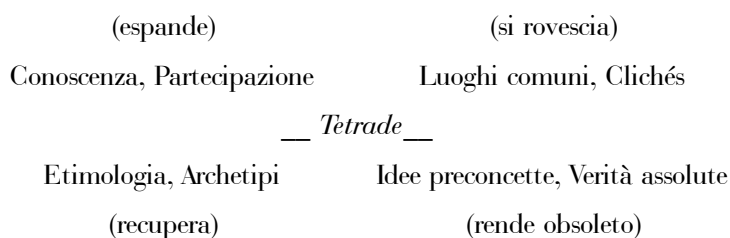
³⁰ McLuhan, Marshall and Eric, *Laws of Media*, 7.

The tetrad is exegesis on four levels, showing not the mythic, but the logos-structure of each artefact, and giving its four parts as metaphor or word.

The laws of media in tetrad form belong properly to rhetoric and grammar, not philosophy. Our concern is etymology and exegesis.

This is to place the modern study of technology and artefacts on a humanistic and linguistic basis for the first time³¹.

Le leggi dei media sono una allegra (per molti irritante) sfida posta a tutti gli specialisti che sopravvivono in un mondo generalista. Anzi, una doppia sfida, inevitabilmente paradossale: si è invitati a sfidare la propria disciplina, a forzarne i confini e ad aprirsi ad un gioco «verbo-voco-visivo» che può portare a nuove illuminazioni; ma al tempo stesso si è invitati anche a sfidare, proprio a partire dalla propria disciplina, quel generalismo di facciata che nasconde un vuoto esperienziale e di conoscenza recuperando di fatto un'idea umanisticamente enciclopedica del sapere. Se non la si usa bene, la tetrade può, infatti, trasformarsi nel suo opposto: concepita da un grammatico dei media, la tetrade può, infatti, diventare uno strumento perfetto anche per il dialettico che si accontenti di accumulare e archiviare nozioni e non voglia «esplorare», «andare a fondo». In quanto «mezzo» la tetrade, infatti, segue le leggi dei media:



³¹ McLuhan and McLuhan, *Laws of Media*, 128.

Ovvero: come modello investigativo, la tetrade potenzia la conoscenza e la partecipazione del soggetto nel processo di esplorazione; così facendo, rende obsolete idee preconcepite e verità assolute acquisite in modo passivo e nozionistico. La tetrade recupera dal passato esperienze archetipiche e riscopre la valenza euristica dell'etimologia; ma se tale recupero vien portato avanti in modo meccanico e non dinamico produrrà nuovi luoghi comuni e nuovi cliché nozionistici.

La «tetrade» McLuhaniana è, di fatto, uno strumento operativo che incoraggia lo story-telling: non solo l'indagine di ambienti, idee e mezzi viene portata avanti attraverso il linguaggio, ma ogni risultato dell'esplorazione deve essere elaborato in una resa affabulatoria, in un racconto, che sarà inevitabilmente giustapposto ad altre osservazioni, ad altri «racconti», in un montaggio costante di scatole di conoscenza che ci costringono a recuperare esperienze, tradizioni, intuizioni, differenze e affinità. È proprio il linguaggio articolato in narrazione, in story-telling, che rinnova la solidità al nostro «essere» e ci rende di nuovo punto di fuga dell'osservazione, e rende le leggi dei media «alla McLuhan» simili a fili d'Arianna capaci di portarci fuori dalla nostra labirintica implosione sensoriale.

«Si lasci che il popolo abbia la libertà e che altri abbiano il potere»³²; «Vuoi fare amicizia?». Applicare un punto di vista strutturalmente mobile tra letteratura e media può sollecitare risposte nuove a questioni antiche, come queste, può aiutarci a diventare ecologicamente e umanisticamente mediatici: non più post-umani e neppure «commodities», ma di nuovo esseri umani consapevolmente seduti nella torre di controllo, capaci di trasformare l'informazione in conoscenza e la conoscenza in informazione, ovvero di cogliere sfondo e figure dei paesaggi (interiore ed esterno) che abitiamo. Vuol dire, anche, ritornare responsabilmente attivi e porci domande scomode: «Quanta violenza vissuta sulla poltrona di casa è necessaria per una vita tranquilla?»³³.

³² Marshall McLuhan, *The Mechanical Bride*.

³³ Marshall McLuhan, *The Mechanical Bride*, 29.

I tempi della cultura, gli strappi della tecnologia

Note sull'evoluzione dei media

di *Andrea Miconi*

Partiamo da un testo canonico della scienza dei media: Raymond Williams, *Televisione*.

Con in mente questi ragionamenti, cercherò di analizzare la televisione considerandola una tecnologia culturale specifica, e di guardare al suo sviluppo, alle sue istituzioni, forme ed effetti, adottando questa prospettiva critica (Williams, 1974, 30).

«Tecnologia culturale», è l'abile risposta di Williams: come un Giano bifronte, i media hanno una faccia verso la tecnica e una verso i contenuti dello spirito, sono insieme «hardware» e «software», linguaggio e apparato, e qui sta la «peculiare complessità» (Colombo, 2003, 50) che rende necessario studiarli attraverso una lente bifocale, tenendo a mente il groviglio inestricabile delle due dimensioni.

*Apertura
del problema*

E da allora, in effetti, questo punto programmatico non è più stato discusso: dalla tesi del «tessuto unico» (Latour, 1987, 164-169) a quella del «quadro socio-tecnico» (Flichy, 1995, 225), dalle ricerche sulla «domestication» fino alle grandi sincronie dell'immaginario e dell'antropologia della tecnica, la ricerca sui media ha sempre insistito sulla pacifica compresenza delle due dimensioni all'interno del proprio oggetto di analisi¹. E tutto questo con buone ragioni, va detto, perché come nella mossa del cavallo, l'elegante metafora di Šklovskij per l'evoluzione letteraria, avanzare lungo una direttrice significa fatalmente sconfinare nell'altra: dal piano della storia a quello delle forme, dalle tecniche alle idee, dall'immaginazione alle macchine. Eppure, questo articolo muove da un'intenzione per certi versi opposta: tendere solo un filo della matassa, isolare in modo «unilaterale» ed artificiale uno dei fattori in gioco (Weber, 1922, 108), e, più concretamente, studiare la storia delle tecnologie in modo «separato» da quella delle forme culturali, per capire se risponde ad una legge diversa.

¹ Al di là della critica rituale verso un fantomatico determinismo tecnologico – curioso caso di invenzione di un nemico immaginario, in tutto simile a quello del «riduzionista inesistente» di Richard Dawkins (1986, 33) – se c'è un'ideologia dominante nelle scienze della comunicazione è senza dubbio quella del compromesso, della mediazione tra storia sociale e storia delle tecnologie. Una convinzione che taglia curiosamente le scuole più disparate, dagli studi sui media tradizionali (Cazeneuve, 1974, 74-75; Williams, 1974, 192-193; Berger, 1991, 24; Dayan & Katz, 1992, 256; Silverstone, 1994, 187; Briggs & Burke, 2000, 33; Hesmondhalgh, 2007, 88) a quelli sui nuovi media (de Kerckhove, 1995, 16; Castells, 1996, 4-5; Lévy, 1997, 25-30; Himanen, 2001, 129-130; Benkler, 2006, 21-22; Sartori, 2006, 26; Castells, 2009, 533), dai testi di teoria generale (Breton, 1992, 93; Debray, 1993, 7; Gras, 1993, 71; Flichy, 1995, 226; Silverstone, 1999, 47-48; Abruzzese e Borrelli, 2000, 12-16) fino ai manuali delle diverse aree (McQuail, 1983, 77; De Fleur & Ball-Rokeach, 1989, 347; Moores, 1993, 126-134; Bourdon, 1997, 33; Colombo, 2003, 49-83; Paccagnella, 2004, 124-125), espressa sempre con le stesse parole, e le consuete formule retoriche (come dire, né con la tecnologia, né con la società). Mi limito a ricordare che su un'ipotesi seccamente determinista – anche se pochi lo hanno riconosciuto – si fonda invece lo studio forse più riuscito sulla relazione tra media e società, quello di Joshua Meyrowitz sulla «geografia situazionale» dell'esperienza (1985, 10); mentre, per quanto riguarda questo articolo, non sono interessato a tornare sull'eterna questione del determinismo, quanto ad isolare la storia delle tecnologie come specifica traccia di analisi, che è soltanto un primo passaggio, senza alcuna implicazione conseguente sul piano delle priorità.

È stata solo l'invenzione del telegrafo, ha scritto Marshall McLuhan, a consentire ai messaggi di «viaggiare più in fretta del messaggero», liberando «l'informazione da materie solide come la pietra e il papiro, nello stesso modo in cui il denaro si era precedentemente staccato dalle pelli, dai lingotti e dai metalli per diventare carta» (1964, 99). Ed è vero, è soltanto con il telegrafo che millenni di storia della comunicazione vanno improvvisamente in frantumi, portati via dalla scossa della trasmissione istantanea, che per la prima volta rende il trasporto di notizie «più veloce» di quello di merci e persone. E se da un lato viene da pensare alle parole di Donald Sassoon (2006, 595-599) sull'abitudine a sopravvalutare l'attuale rivoluzione della comunicazione, e a trascurare quella ottocentesca, dall'altro lato, e più ancora, emerge un interrogativo sostanziale sulla (logica) dell'innovazione, che, vista da qui, non appare un progresso cumulativo, che accorcia in modo graduale ed impercettibile il tempo di trasmissione, ma uno strappo violento nel manto della storia, un salto in avanti di secoli, concentrato in una sola scintilla. E di una serie di strappi, di improvvise e drastiche accelerazioni del tempo, è fatta anche la storia dei mezzi di trasporto:

Per quanto fossero intercorsi due millenni, le armate di Napoleone non si muovevano più velocemente di quelle di Giulio Cesare – entrambi dipendendo dal cavallo e dal carro. Ma settant'anni dopo la morte di Napoleone, i treni a vapore potevano raggiungere le 112 miglia all'ora (Thurrow, 1996, 7; traduzione mia).

Per duemila anni, la durata degli spostamenti rimane immutata, appena alleviata dal lavoro quotidiano dei piccoli miglioramenti, dalla volontà impotente degli aggiustamenti tecnici; d'improvviso, viene strappata alle rotte dell'abitudine, allineata ai vettori di modernizzazione, e precipitata addirittura in un vortice temporale diverso. E che storia è dunque, quella in cui il cambiamento non è «graduale», come pure parrebbe più logico, ma lacerato da veri e propri passaggi di scala, da bruschi e drammatici salti in avanti nel tempo? Niles Eldredge e Stephen Jay Gould, 1972:

*Stasi
e punteggiature*

in paleontologia, l'idea di speciazione è stata dominata dall'immagine del «gradualismo filetico», per cui le nuove specie nascono da una lenta e progressiva trasformazione di un'intera popolazione (...). La storia della vita è rappresentata in modo più adeguato da un «equilibrio punteggiato» (...). La storia dell'evoluzione è (...) una storia di equilibri omeostatici, disturbati solo raramente (...) da rapidi ed episodici momenti di speciazione (Eldredge & Gould, 1972, 84).

In sintesi, la teoria degli equilibri punteggiati insiste sull'alternanza tra due momenti diversi, «le stasi e le punteggiature»: interminabili ere di dilatazione del tempo, in cui il «cambiamento morfologico» è rallentato, a volte quasi «paralizzato», e periodi intensi, ma relativamente brevi, in cui si innescano i movimenti di variazione.

L'equilibrio punteggiato prende una posizione decisa affermando che nella maggior parte dei casi non si riscontra di fatto alcun accumulo di cambiamenti. Una specie subito prima di estinguersi non sembra presentare differenze sistematiche nella sua anatomia rispetto al momento in cui comparve nella documentazione fossile, in genere parecchi milioni di anni prima (Gould, 2000, 35).

Nei periodi di stasi, insomma, si possono misurare soltanto mutamenti leggeri, aggiustamenti secondari e non sempre percettibili delle strutture: mentre l'evoluzione si sprigiona da improvvisi strappi del tempo, di solito aperti per modificazione «allopatrica», originata in contesti geograficamente isolati, secondo la lezione ereditata da Mayr (Eldredge & Gould, 1972, 84). Nel paradigma dell'evoluzione, consacrato da Darwin ad una visione «gradualista» (1859, 118), la teoria di Gould solleva il dubbio che il cambiamento non sia dovuto all'accumulazione di leggeri adattamenti e di minimi spostamenti, ma «punteggiato», concentrato in intervalli ridottissimi, che coprono circa l'1% del successivo tempo di permanenza della specie vivente in questione (Gould, 2002, 37).

Ora, anche se la teoria di Gould ed Eldredge insiste su tempi storici «lunguissimi», i milioni di anni che servono alla speciazione biologica, individua uno schema di mutamento generalizzabile ad altri ambiti: tornando ad un esempio precedente, che le milizie napoleoniche marciassero alla stessa velocità di quelle di Giulio Cesare è precisamente un caso di «stasi», di immutabilità delle condizioni materiali attraverso i millenni, a cui soltanto un'improvvisa innovazione tecnica avrebbe posto fine.

A guardare lo sviluppo tecnico dei media, poi, anche qui l'ipotesi di cambiamenti bruschi, intervallati da lunghe stasi, sembra più plausibile di quella, invero intuitiva, del mutamento graduale e continuo, come mostrato dal lavoro di Frederick Kilgour sull'evoluzione dei supporti di scrittura, che svela un «pattern storico» in cui interminabili «momenti di stabilità del formato», lunghi anche migliaia di anni, «si alternano con periodi di cambiamento radicale» (1988, 4). Se assumiamo come variabile di analisi la «velocità di produzione» delle copie di un'opera, osserva Kilgour, è evidente come solo tre grandi innovazioni si siano succedute, in una storia iniziata oltre quattromila anni fa con l'epopea del papiro e delle tavolette di argilla: il torchio da stampa a mano nel XV secolo, quello a vapore nel XIX secolo, e infine la stampa elettronica verso la fine del '900. In sintesi:

periodi di stabilità estremamente lunghi caratterizzano [la] storia del libro; le tavolette di argilla e i rotoli di papiro sono esistiti per 2500 anni, ed il codice di pergamena per altri duecento. Un egiziano del XX secolo a.C. avrebbe immediatamente riconosciuto, a vederlo, un rotolo di papiro greco o romano del tempo di Cristo (Kilgour, 1988, 4; traduzione mia).

Ora, una tale affinità tra tecnologie così lontane del tempo, la sistematica somiglianza tra forme arcaiche e contemporanee, indica forse che «lo sviluppo dei moderni libri e dei periodici fu il frutto di un graduale processo evolutivo», come osserva equivocamente Roger Fidler (1997, 23)? Non proprio; indica, più precisamente, che le variazioni graduali regnano per enormi inter-

valli di tempo, lungo una partitura destinata a infrangersi sotto i colpi di improvvisi stravolgimenti, come ha mostrato Joel Mokyr attraverso la storia della navigazione, dominata per secoli dalla logica delle innovazioni incrementali, e infine rivoluzionata dall'introduzione del vapore (1990b, 294).

I mezzi di trasporto disegnano una vicenda «punteggiata», la riproduzione dei supporti di scrittura sembra seguire un «pattern» storico simile, e perfino i media otto-novecenteschi, lungo una piegatura temporale più ridotta, vivono di un'alternanza ciclica tra momenti di grande accelerazione tecnologica, in cui le innovazioni si inseguono convulsamente, e fasi di rilassamento e di stasi, in cui il sistema riprende fiato, e i dispositivi vengono messi alla prova della loro storia sociale (Ortoleva, 1995, 39-44; Miconi, 2005, 38-42). In altre parole, il tessuto della storia sembra intrecciato da una serie continua di aggiustamenti sotterranei, modesti e di lieve entità, di «micro-invenzioni» interne al paradigma dominante; almeno finché un'accelerazione «casuale» non propone un'innovazione dotata di una portata di trasformazione tutta particolare (Loch & Huberman, 1999, 161-162), che agisce invece sul piano della «macro-invenzione» (Mokyr, 1991, 352), che è l'equivalente della speciazione biologica, o, per dirla con Thomas Kuhn, la cui ricostruzione dell'evoluzione del sapere è chiaramente «puntuazionista», di un «cambio di paradigma» (1962, 111). E a conclusioni simili, ancora, mi è parso di poter arrivare studiando lo sviluppo delle reti di comunicazione, di cui la tabella prova ad illustrare una lettura modellata appunto sui principi dell'evoluzione, e in modo particolare sulla tesi «puntuazionale».

Se consideriamo come variabile decisiva la velocità di trasmissione delle informazioni – non l'unico fattore in gioco, ma, per iniziare, quello più facilmente quantificabile – lo sviluppo delle reti sembra a sua volta tradire non un processo di accumulazione «costante», ma un andamento punteggiato, con una stasi di due-mila anni, in cui il tempo di comunicazione rimane inalterato, interrotta da una grande accelerazione, a cui seguono – in momenti ravvicinati per la natura cumulativa dell'innovazione, ma comunque «discreti» – le invenzioni successive.

Tab. 1 - Evoluzione delle reti secondo un modello puntuazionale².

Tecnologia	Fase	Periodo	Mutamenti intermedi e graduali	Velocità di trasmissione
Rete stradale della posta	Prima punteggiatura	Per convenzione, dal VI sec. a.C.	Miglioramenti organizzativi: ad es., il nuovo sistema del XIV sec.	Nell'ordine dei giorni o delle settimane
Telegrafo meccanico	Seconda punteggiatura	1792	---	Un miglio al minuto
Telegrafo elettrico	Terza punteggiatura	1844	Estensione della rete: ad es., il cavo transoceanico	Quasi istantanea: 4 minuti per scambiare informazioni tra Londra e Bombay
Telefono	Quarta punteggiatura	1876	Estensione della rete ai collegamenti internazionali	Istantanea, per la voce
Internet	Quinta punteggiatura	1969	Servizi di banda larga e applicazioni	Istantanea, per diversi formati

Applicazione di Eldredge & Gould, 1972; Mokyr, 1990; Kilmour, 1998; Gould, 2000. Dati da Braudel, 1949; Standage, 1998; Sella, 2009.

Come mostra questo semplice schema, il tempo di trasmissione rimane infatti immutato per una ventina di secoli, finché il telegrafo meccanico, d'improvviso, lo libera dal vincolo pesante delle strade e delle vie di trasporto; di lì una nuova e più breve stasi, che termina con la galassia elettrica, un ulteriore salto di paradigma che contrae il mondo nella compressione della comunicazione istantanea. Proprio la storia della «comunicazione a distanza», osserva ancora Mokyr (1990a, 354), svela appieno la «natura

² Se uso la definizione di «modello puntuazionale», per la precisione, è nel rispetto della preferenza espressa dallo stesso Stephen Jay Gould (2000, 262), per cui la categoria di «equilibrio punteggiato» vale per il livello biologico della speciazione, mentre le espressioni «cambiamento puntuazionale o puntuazionismo» possono assumere un «significato più generale», esteso ad altri ambiti della storia.

brusca del cambiamento tecnologico», perché non esiste nessuna «transizione naturale tra il semaforo» di Chappe e il telegrafo elettrico, ad esempio, o tra il telegrafo stesso e la «prima trasmissione radio di Marconi», ma soltanto una costellazione discontinua di movimenti di mutazione, improvvisi e non prevedibili. E nel mezzo, negli ampi intervalli di tempo sottratti al progresso, regna una calma apparente: nei periodi di stasi le reti sono assoggettate a nuove regole, le vie stradali si fanno e disfanno, i materiali migliorano lentamente, la messa a punto delle stazioni di cambio concede un po' di respiro al trasporto postale – leggeri miglioramenti, insomma, ma niente di più. «La stasi non comporta una stabilità assoluta», osserva ancora Gould (2000, 85, nota 9), «ma consiste di oscillazioni senza direzioni precise, che in genere non superano i confini della variazione geografica all'interno di specie simili» e «non producono variazioni morfologiche significative»: e nella storia delle reti sembra valere la stessa cosa.

Stasi e punteggiature; accelerazioni del progresso, e dilatazioni infinite del tempo. Una conclusione chiara, se ci limitiamo a questa ricostruzione, che però, come d'altronde quelle di Mokyr e Kilgour, si accontenta di isolare una sola variabile tra le tante possibili, e inoltre quella di più facile misurazione, quale è il tempo di trasmissione delle informazioni; mentre altre scelte di merito possono condurre a conclusioni diverse. Quanto alla storia dei «network», ad esempio, una tesi alternativa è stata proposta da Manuel Castells, per cui una «punteggiatura» – ancora nel senso codificato da Gould – si sarebbe aperta alla fine del '900, al dispiegarsi del paradigma «informazionale», basato sulle nuove strategie di sfruttamento dell'innovazione (Castells, 1996, 29). Ma qui, ad applicare in profondità il paradigma evolucionista alla storia dei media, iniziano i problemi più seri.

*Innovazione
«allopatica»?*

In Castells, come spesso accade, il riferimento al cambiamento punteggiato è appena un prestito lessicale, poco più di una citazione di comodo: ma se invece dovessimo «prenderlo sul serio», e andare al di là di una piana omologia tra l'evoluzione biologica e la storia delle tecnologie, quali conseguenze dovremmo tirare per le teorie dell'innovazione? Ancora, in che modo si propongo-

no, nelle nostre discipline, le opzioni gradualiste e punteggiatiste, e cosa ci dicono della traccia che abbiamo scelto, la storia delle «tecnologie» per comunicare?

Se torniamo alle sorgenti del problema, l'ipotesi gradualista, scrivevano Eldredge e Gould nel loro articolo fondativo, insiste su alcuni presupposti precisi: che le nuove specie, in primo luogo, discendono direttamente da quelle precedenti; che la trasformazione è in più un processo lento e «graduato»; e che questo processo, ancora, avviene nello stesso luogo di origine della specie, e coinvolge «grandi numeri» di individui, se non addirittura l'intera «popolazione ancestrale» (Eldredge & Gould, 1972, 89). Essendo originate in un paradigma gradualista in tutto analogo a quello biologico (Mokyr, 1990a, 350), molte tesi sull'innovazione tecnologica non sembrano funzionare troppo diversamente, convinte come sono che il cambiamento sia un processo per lo più «continuo», negoziato «all'interno» del sistema sociale, e capace di rispondere alle esigenze di vasta parte della popolazione, secondo quella curiosa tautologia che scambia l'oggetto da spiegare con il principio esplicativo (Bijker, 1995, 53), e piega retrospettivamente la domanda al senso della risposta³.

La gradualità del cambiamento, nelle interpretazioni correnti, fa così tutt'uno con l'allargamento della ricostruzione archeologica ad una «pluralità» di soggetti, di agenti di mutazione, di cause e concause capaci di mediare l'impatto delle tecnologie: come un taglio in orizzontale, che allarga lo sguardo alla compresenza dei fattori in gioco, e perde la misura diacronica del loro succedersi. I processi di «mediamorfosi» o «trasformazione dei media», scrive ad esempio Roger Fidler, sono dati dalla «complessa giustapposizione di bisogni percepiti, pressioni competitive e politiche, e innovazioni sociali e tecnologiche» (1997, 30) – ovvero «da un po' di tutto», da spinte e contropinte capaci di diluire il senso dell'innovazione nella logica un po' vaga della

³ «Questo errore di passare con troppa disinvoltura dall'uso attuale all'origine storica non è un problema solo per i biologi darwiniani, anche se i nostri errori sono stati tra i più vistosi. Questo procedimento di falsa inferenza si riscontra in tutti i campi che cercano di ricostruire la storia sulla base del nostro mondo presente» (Gould, 1991, 115).

costruzione sociale⁴. Ma se isoliamo la tecnologia come fatto specifico, e insistiamo sulla storia «materiale» dei media, una tale soluzione di compromesso risulta ancora soddisfacente?

L'ipotesi gradualista, si è detto, implica che la trasformazione tecnologica sia progressiva, cumulativa e sottoposta ad un'ampia negoziazione sociale, che coinvolge in ampiezza, e sincronicamente, gran parte dei membri della popolazione. E questa è di fatto la spiegazione delle teorie di sistema, per cui più della tecnica in sé conta «il desiderio collettivamente costruito» di utilizzarla (Gras, 1993, 17), in una «fuorviante» e a sua volta «tautologica» idea di innovazione come complemento alle imperfezioni della struttura (Borrelli, 2000, 21), e più ancora delle teorie culturologiche, che la intendono come incarnazione provvidenziale di un desiderio già consapevole e di una domanda socialmente diffusa, radicata nei sommovimenti profondi della cultura. E così facendo, la tesi gradualista associa troppo spesso all'innovazione un andamento non traumatico, perfino consolante, perché la immagina elaborata da vaste porzioni della società, assorbita per cerchi concentrici dai diversi gruppi, lungo la superficie liscia di un tessuto continuo che non mostra «dislivelli»: quegli sbalzi tragici di subalternità, di adeguamento passivo e di incomprensione, di cui sono piene le ricostruzioni storiografiche, e perfino le cronache, capaci di svelare invece la grande asincronia tra fatto tecnico e fatto sociale⁵.

⁴ Che l'innovazione tecnologica sia socialmente costruita è vero, naturalmente, come è vero di qualunque altra cosa: ad un livello quindi talmente generico da esserci poco utile. Il problema è come e da chi la tecnologia venga istituzionalizzata, e qui la risposta canonica – la tecnologia è prodotta dalla società – è del tutto insoddisfacente, per la semplice ragione che la società non esiste come soggetto reale, ma soltanto sul piano di una (blanda) generalizzazione teorica.

⁵ Ancora seguendo Williams (1974, 38), l'idea corrente è che la tecnologia venga prodotta da una confluenza virtuosa di fattori, da una «comunanza decisiva di intenzioni e di lanci creativi»: peccato che però, alla prova delle ricerche, di questo desiderio diffuso, capace di incubare l'innovazione tecnica, non ci sia alcuna traccia, mentre all'opposto i documenti storici mostrano che, al suo avvento, un mezzo di comunicazione è offuscato da un velo di incomprensione e di scetticismo, e da una tragica difficoltà del pubblico di capirne perfino il funzionamento [ad esempio: sul telegrafo, Standage (1998, 41); sul telefono, Marvin (1988, 23); Huuderman (2003, 178); sulla radio, Upton (1962, 106); e in generale, Balbi (2010, 65, 80-81)]. E se il pubblico non capisce la funzione di un medium, lasciatemelo dire, allora significa che per certo non ne aveva sentito il bisogno.

A dispetto del «noto adagio» per cui «la necessità è madre dell'invenzione», e le innovazioni prendono corpo «quando esiste un bisogno comune fortemente sentito», nota Jared Diamond nella sua chiarissima storia della civilizzazione (1997, 189), è semmai vero il contrario: l'invenzione è la «madre della necessità», perché nasce dalla logica opaca della sperimentazione, «senza che ci fosse una richiesta specifica dall'esterno» e senza alcuna funzione già definita, e solo in seguito alla messa a punto di una tecnologia diviene necessario «trovare qualche applicazione», farne «venire alla luce» gli usi possibili, e «persuadere la società ad adottarla» (1997, 190-194).

In questa prospettiva, la tesi puntuazionale ipotizza un'alternanza tra lunghi periodi di innovazione «incrementale», che modificano in modo lento e parziale il quadro tecnico in essere, e momenti brucianti, in cui l'energia delle innovazioni più radicali agisce sul tessuto sociale come un fattore di mutazione brusco ed esogeno⁶. Ma per arrivare a questa conclusione, l'ipotesi di Gould vive di due condizioni necessarie, una premessa di fondo e una conseguenza di vasta portata: la premessa, e al contempo la dimostrazione più chiara, è la documentabilità dei lunghi periodi di stasi; e la conseguenza, ancora, è la sopravvivenza delle forme arcaiche dopo l'avvento di quelle successive, che è appunto una misura della natura improvvisa del cambiamento (Gould, 2000, 317).

Ora, quanto alla prima questione, un'estenuante, interminabile stasi nel trasporto di informazione è ampiamente attestata dai documenti storici, e mostrata già dalla precedente tabella. «La notizia, merce di lusso», scrive Braudel dei lunghi secoli dell'era di mezzo (1949, 390), rallentati dall'impenetrabilità delle distanze e dai destini imprevedibili delle vie postali; tanto che, se

⁶ Di diversa opinione è George Basalla, autore di un'altra celebre applicazione della teoria evolutivista alla storia della tecnica, per cui, il cambiamento tecnologico va considerato invece continuo, perché una sua lettura discontinua implicherebbe una visione eroica della ricerca scientifica, inevitabilmente consegnata alla rapsodicità non socializzabile del talento e dell'improvvisazione (1998, 26). Se però consideriamo i milieus dell'innovazione non come luoghi di esercizio del genio, ma come domini chiusi all'interno della struttura sociale, e retti da regole particolari e non condivise in altri ambienti, allora l'obiezione di Basalla perde la sua ragion d'essere.

misuriamo il tempo di trasmissione delle informazioni, nel XVI secolo il diametro del Mediterraneo si estendeva ancora sulle «dimensioni “romane”, dopo che era passato più di un millennio» (1949, 395). E non a caso Harold Innis, sviluppando la sua morfologia storica dei media, dovrà insistere tanto sulla natura leggera o pesante⁷ dei «supporti», e sulle loro rare, punteggiate trasformazioni: perché le vie di trasporto, nel corso dei secoli, restano invece ostinatamente uguali a se stesse, modellate dagli aggiustamenti minori di una storia incapace di sfuggire al suo battito, e ai limiti gravi della tecnologia.

E tuttavia, se l'esistenza dei periodi di stasi è ampiamente comprovata, non ci dice ancora tutto sul senso del movimento di innovazione: la cui natura improvvisa, sostiene ancora Gould (2000, 148-149), è invece dimostrata dalla permanenza delle vecchie forme, dopo la comparsa di quelle nuove. Ora, per quanto ci riguarda, la sopravvivenza di vecchie tecnologie e di vecchi formati – la scrittura dopo l'avvento della stampa; il teatro dopo la nascita del cinema; ancora il cinema, nell'era della Tv – è un dato classico della storia dei media, così come lo è, tornando al nostro studio di caso, l'«inerzia» delle reti di comunicazione, destinate spesso a restare in funzione anche dopo la diffusione di sistemi più avanzati, come nel caso del telegrafo meccanico, ancora attivo nella Francia dell'800, dopo l'invenzione del modello elettrico (Wilson, 1976, 59-60; Griset, 2004, 104). Che le forme più arcaiche non vengano scalzate da quelle nuove è anzi un'autentica «legge» del sistema dei media, in cui le vecchie tecnologie sopravvivono all'avvento di quelle successive, in una «genealogia» non lineare di «affiliazioni» e di intrecci, di incroci tec-

⁷ Se guardiamo alla storia della comunicazione di Innis, una prima punteggiatura si apre con la scrittura su pietra, «dal 4000 a.C. circa» (1950, 57), la seconda con la scrittura a cilindri su creta, intorno al 2900 (1950, 78), la terza con «l'introduzione del papiro», nel periodo tra 2680 e 2540 a.C. (1950, 60), la quarta con la diffusione della pergamena, nel II secolo a.C. (1950, 162-163), la quinta con la migrazione della carta «verso Occidente», a cavallo dell'anno Mille (1950, 194-199), e l'ultima, con cui si chiude il libro, con la «depressione su vasta scala» dovuta al supporto immateriale delle onde radio (1950, 255-257). Anche se Innis non segue un modello evolucionista, i conti sono presto fatti: cinque millenni di storia, e appena sei punteggiature, che stravolgono di tanto in tanto l'equilibrio consolidato dei sistemi culturali.

nici, scambi di contenuti e funzioni, ormai correntemente nota come «rimediazione» (Bolter & Grusin, 1999, 82). E questa ostinata permanenza delle vecchie tecnologie, perfino in mercati dominati dalle selvagge leggi dell'innovazione, può essere spiegata proprio da un'ipotesi puntuzionista: come osserva Gould, è la brusca immissione nell'ambiente di un agente «esterno» di trasformazione a permettere la sopravvivenza delle forme precedenti – come il manoscritto, dopo l'invenzione del torchio da stampa – mentre un cambiamento graduale ed uniforme, esteso in ampiezza sulla gran parte della popolazione locale, «le avrebbe inevitabilmente eliminate tutte» (2000, 317).

Un aspetto ulteriore della vicenda, poi, è quello già annunciato da Gould: a differenza del «gradualismo filetico», la teoria puntuzionista non prevede infatti la «lenta e progressiva trasformazione di un'intera popolazione», ma l'immissione di un agente esterno, in un ecosistema in cui le specie arcaiche possono essere ancora ferme allo stadio della loro prima comparsa nella documentazione fossile. L'innovazione non è innescata quindi dalla trasformazione endogena della popolazione locale, ma dall'onda d'urto di una migrazione: è così un cambiamento «esogeno» a produrre il meccanismo di speciazione, laddove le forme locali restano prigioniere del ritmo rallentato delle variazioni incrementali. Tradotto nel campo dell'innovazione tecnologica, questo principio suggerisce quindi che non esiste una successione «diretta» tra media vecchi e nuovi, capace di sviluppare linearmente le forme arcaiche in quelle più moderne, ma una storia «a zig-zag», irregolare, che alterna passi avanti ed indietro (Briggs & Burke, 2000, 127), almeno finché un elemento di mutazione esterno non accelera il processo di trasformazione del sistema.

«Sarebbe ingiusto considerare queste macchine» – scrive ad esempio Sandro Bernardi delle mille diavolerie comprese tra la lanterna magica e la messa in movimento della fotografia, che sono forse il tema privilegiato dell'archeologia dei media – «come fasi provvisorie, di passaggio, appartenenti alla preistoria del cinema»: «ogni sistema di visione faceva parte di un periodo culturale ben definito e autonomo, completo in se stesso», perché «i nostri antenati sono vissuti prima di noi», e non certo con lo «scopo di

preparare la nostra venuta», come solo alcune equivoche «prospettive finalistiche» possono intendere (2007, 22). E se allora, a dispetto di tante «prospettive finalistiche», non ci fosse una successione «diretta» tra i diversi media, ma una serie di momenti di mutazione sparsi casualmente nella storia, che strappano di tanto in tanto il sistema della comunicazione? Se ad esempio il telegrafo di Morse «non avesse nulla a che fare» con quello di Chappe, ma fosse un dispositivo nato in altri domini, e destinato poi, al momento della sua «migrazione» in territorio francese, ad abbattersi sull'infrastruttura corrente – che storia dei media avremmo, allora? Di certo, avremmo una storia non lineare – quella accidentale del «bricoleur» più che quella progettuale dell'ingegnere, secondo la famosa metafora di Jacob (1978, 17) – sottratta all'ipoteca di ogni destinalità e di ogni disegno intelligente; una storia segnata da mutamenti traumatici, non sorretta da alcuna razionalità soggiacente, né da alcuna necessaria transizione «filetica» tra il vecchio e il nuovo; e proprio per questo, forse, una storia tanto più «plausibile».

E qui, la conseguenza più complessa dell'approccio punteggiato: se il cambiamento graduale si sprigiona nell'ambiente in modo regolare e uniforme, quello punteggiato è radicale proprio perché proviene da un luogo geografico diverso, e immette nel sistema un elemento di trasformazione «esterno» ed incontrollabile, difficile da neutralizzare con gli anticorpi locali. È quello che Ernst Mayr (1942, XXX) aveva definito come «processo di speciazione allopatrica», che prende corpo quando vengono a contatto due «popolazioni precedentemente isolate» dalla geografia, per effetto all'attraversamento delle barriere da parte di «singoli individui», destinati a diventare così agenti di mutazione (Mayr, 1963, 220). La teoria del cambiamento allopatrico, scrivono Gould ed Eldredge, implica quindi che, «se nuove specie crescono molto rapidamente in popolazioni locali periferiche, isolate e ridotte, allora la grande aspettativa» di costruire spiegazioni basate su «gradazioni continue» diviene una «chimera»: «una nuova specie», infatti, «non evolve nell'area dei suoi antenati», e «non nasce dalla lenta trasformazione» dei predecessori, ma «irrompe bruscamente attraverso uno spostamento o una migrazione» (1972, 84).

L'innovazione nasce da una scintilla «locale», ed è destinata a spostarsi poi altrove: un'acquisizione, scrive ancora Stephen Jay Gould (2000, 246), che è una salutare disillusione per chi vorrebbe leggere nella storia «l'apoteosi di una tendenza» e la confluenza miracolosa di movimenti virtuosi, e deve invece ammettere di provenire da una vicenda evolutiva limitata, «contingente ed imprevedibile»: e «contingente», e circoscritta, è ad esempio l'origine delle reti di comunicazione, che muovono da un preciso dominio geografico – come i quattro computer della West Coast, all'alba di Internet – per poi imporre al mondo la propria legge di connessione. Una specie «non evolve» nella zona dove vivono i suoi antenati, scrivono Gould ed Eldredge (1972, 84) rimettendo in gioco il nesso tra migrazione e discontinuità morfologica intuito da Darwin (1859, 326-329): allo stesso modo, i media si diffondono in un territorio «diverso» rispetto a quello di origine, il che dà l'ultimo colpo all'ipotesi, tanto diffusa quanto flebile, che la «società» dia origine ai mezzi di comunicazione. Quanto poi alle «reti», se torniamo all'esempio precedente, la loro missione è proprio quella di estendersi a partire da un ristretto numero di nodi iniziali, geograficamente molto vicini, attraverso il lavoro sotterraneo di «poche centinaia di computer», nel caso di Internet, in funzione «all'insaputa del mondo al di fuori» (Galloway, 2004, 5) e con lo scopo dichiarato di investire su un ambito molto ristretto (Crocker, 1969, 4), e solo successivamente partire all'assalto del mercato globale.

Lunghe stasi, radure secolari di rallentamento e di inerzia, scandite solo dalla logica delle innovazioni incrementali e infine interrotte dall'invasione di un agente di mutazione: eppure sappiamo che, per certi versi, la sociologia dei media ha ormai codificato la convinzione contraria, accettando l'idea che ogni riduzionismo sia un «falso problema», perché «la tecnologia è la società», nelle parole di Manuel Castells (1996, 5) – cresce al suo interno, e non può quindi modificarla, ma semmai abbracciarla in una relazione circolare di reciprocità. Sarà allora tanto più scandaloso ripetere che un assunto apparentemente quasi banale – la tecnologia è «interna» alla società – si infrange contro due vistose indicazioni contrarie: a livello teorico, il modello della costruzione

sociale delle tecnologie, che, non a caso con chiara ispirazione darwiniana (Pinch & Bijker, 1987, 28; Bijker, 1995, XXIII)⁸, circoscrive il lavoro di negoziazione degli artefatti ad ambiti ristretti e domini conchiusi di senso, e, a livello empirico, le ricerche sui distretti dell'innovazione, che ne mostrano l'isolamento dall'ambiente d'intorno, e la propensione a connettersi ad un network esclusivo di relazioni privilegiate (Castells & Hall, 1994, 57; Saxenian, 1994, 28-57). Più precisamente, i luoghi della ricerca tecnologica condividono forse lo stesso «macrohabitat» del tessuto sociale, ma si sviluppano in «località diverse» e particolari, un po' come in una delle correzioni proposte alla contrapposizione di Gould tra specie «simpatiche» e «allopatriche» (Rivas, 1964, 43): si stagliano su un comune sfondo generale ma abitano in una nicchia diversa, in una provincia chiusa di senso o in un'ontologia regionale, o ancora in un «campo» a sé, nei termini di Bourdieu, tenuto a rispondere prima di tutto alla logica interna del proprio dominio, e poi a cercare di imporre la propria legge agli altri strati dell'insieme sociale. Se la tesi degli equilibri punteggiati è davvero applicabile, concludono Loch e Huberman (1999, 162), un'innovazione deve incontrare forti resistenze «nella società nel suo insieme», nel momento in cui muove dal suo ambiente iniziale, e innesca la scintilla dell'evoluzione: più «la popolazione degli utenti è ampia», anzi, e più l'inerzia verso il cambiamento aumenta (1999, 175). E la curva di diffusione dei media, a suo modo, ne dà una prima conferma: una stasi iniziale, marcata dalla distanza tra la generazione degli innovatori e tutte le altre, fallata dall'incomprensione diffusa verso le nuove tecnologie, e quindi un momento di accelerazione improvvisa, che travolge le barriere e invade il mercato, accerchiando le ultime sacche di resistenza. Il fatto caratteristico nella diffusione delle innovazioni, scrive Everett Rogers, è che i suoi protagonisti sono di norma «eterofili»: un «agente del cambiamento è tecnicamente più competente dei propri clienti», ad esempio, al punto che i diversi attori

⁸ Non casuale è la perfetta sovrapposizione tra il modello SCOT e lo studio sull'innovazione condotto da Gould, sulla base dei principi dell'evoluzione, attraverso il caso della tastiera QWERTY, il «pollice del panda della tecnologia» (Gould, 1991, 57-73).

sociali parlano addirittura «lingue diverse» (Rogers, 1962, 19) – e qui torna ad agire proprio la «discontinuità» tra i tempi del mondo sociale, il dislivello brusco tra i «milieu» dell'innovazione e il campo della vita quotidiana, messo a nudo dall'ipotesi di mutazione «allopatrica» della teoria puntuzionista.

E se l'ipotesi dell'evoluzione «allopatrica» vale per le società industriali avanzate – che condividono almeno il «macrohabitat» di sfondo dei distretti dell'innovazione – sarà naturalmente tanto più valida per «tutte le altre società», per quella gran parte del mondo che dei media non respira in alcun modo le premesse storiche, ma ne conosce invece la penetrazione, la migrazione sul proprio territorio, e la violenta vicenda di diffusione. Se d'altronde fosse vero che la «tecnologia è la società», come siamo abituati a pensare, come si spiegherebbe la diffusione dei media in ambienti e territori del mondo che «non hanno nulla in comune» con le regioni che li hanno prodotti? Inventare un sistema «dal nulla», osserva ancora Diamond (1997, 169) dell'evoluzione della scrittura, «deve essere stato incomparabilmente più difficile che prenderne in prestito uno dai vicini e adattarlo alle proprie esigenze»: così che, anche più in generale, la storia delle tecniche procede di norma per «diffusione» delle forme attraverso processi di migrazione, a fronte di una evidente «scarsità di invenzioni indipendenti», più rare proprio perché concettualmente più complesse da perseguire (1997, 172). Un'innovazione nasce di solito in un luogo geografico limitato e si diffonde successivamente negli altri, aveva osservato già Darwin (1859, 359) dei momenti che innescano la variazione morfologica delle specie; e il mercato mondiale dei media – in cui la migrazione è la «norma», e l'invenzione locale l'«eccezione» – non sembra sfuggire ad una delle leggi più chiare della storia materiale.

A dire il vero, l'applicazione dell'evoluzionismo alla storia della cultura, in origine, era stata suggerita dallo stesso Darwin, in particolare «prendendo l'esempio dei linguaggi» e della loro variazione nel tempo (1859, 378): indicazione magnificamente sviluppata da Cavalli Sforza, Menozzi e Piazza (1994, 186-187), che hanno individuato un chiaro isomorfismo tra l'albero evolu-

*Evoluzione,
cultura,
tecnologia*

tivo dei geni umani e l'articolazione delle famiglie linguistiche. Le ricerche successive hanno poi confermato le grandi potenzialità dell'approccio, ma anche individuato alcune difficoltà ricorrenti, dovute in sostanza alle differenze di merito tra le scienze della natura e le scienze della cultura, che meritano lo spazio di qualche breve considerazione conclusiva.

Una prima differenza sostanziale riguarda, per iniziare, il corso stesso dell'evoluzione: mentre la selezione naturale procede per differenziazione dei caratteri e per divergenza, come mostrato dalla splendida metafora ottocentesca dell'albero, l'evoluzione culturale sembra seguire infatti un'alternanza tra momenti di divergenza e di «convergenza» delle forme (Basalla, 1988, 137; Moretti, 2005, 97-101). Se insomma in natura, come è noto, gli organismi ibridi sono per lo più «sterili», perché il corso dell'evoluzione procede per divergenza, diversamente accade nella storia tecnologica, dove la convergenza è una tendenza molto «diffusa», e nella storia della cultura, dove gli ibridi sono anche qui «possibili» (anche se, io credo, molto meno frequenti di quanto si crede)⁹. In secondo luogo, l'evoluzione culturale, a differenza della trasmissione genetica, non segue soltanto la linea di discendenza «verticale», tra le generazioni, ma procede anche per vie «orizzontali», quali la circolazione di idee tra il gruppo dei contemporanei, come lo chiamerebbe Karl Mannheim, che costituisce un vettore di cambiamento perfino più rapido (Cavalli Sforza & Feldman, 2003, 273). «Ogni nuova forma si diffonde nello spazio

⁹ Non credo comunque che questo sia sufficiente ad eleggere la convergenza, che è appunto il movimento opposto alla differenziazione, a principio generale di un sistema dei media governato da «cambiamenti così continui» da imporre perfino una metodologia di ricerca storica «intermediale», come vuole la «convergence media history» (Williams, 2009, 46-47). E non sono nemmeno convinto che la convergenza sia la tendenza dominante del mercato contemporaneo, vista la costante proliferazione di supporti e devices (che nascono, semmai, per separazione dalle precedenti tecnologie), e in più credo che sarebbe il caso di fare un po' di pulizia concettuale: ad esempio, buona parte di quello che viene inteso per convergenza da Henry Jenkins, che ne è il più acclamato teorico – «il flusso dei contenuti su più piattaforme», e «il migrare del pubblico» tra l'una e l'altra (2006, XXV) – risponde evidentemente ad una logica, del tutto opposta, di differenziazione dell'offerta. Con buona pace di Jenkins, insomma, credo che le cose siano un po' più complicate.

geografico», osserva Cavalli Sforza, disegnando un arco «al modo di un'onda che irradia dal punto di origine», come l'effetto di «una pietra gettata in uno stagno»: e l'«onda» è appunto una buona metafora per questo movimento di trasformazione, che si associa a quello rappresentato dalle biforcazioni progressive dell'«albero» (1996, 288). Che il cambiamento culturale sia più veloce di quello biologico, ad ogni modo, è un corollario decisivo dell'approccio evolucionistico, ancorché non sempre tenuto in considerazione (Nosengo, 2008, 228); ed è altrettanto evidente che su questo – sulla «velocizzazione» della trasmissione culturale nel mondo dei contemporanei – i media e le reti di comunicazione giocano un ruolo certamente non secondario.

In terzo luogo, la storia della cultura è segnata da una caratteristica, l'«intenzionalità» (Mokyr, 1992, 326-327; Richerson & Boyd, 2005, 68), che per definizione è assente nell'evoluzione delle specie, dove invece, come nella nota morale darwiniana, non c'è scopo, «non c'è disegno e non c'è perché» (Biondi & Richards, 2005, 97). «Questa è la differenza fra le scienze della natura e le scienze della cultura», scrive ad esempio Flusser (1983, 23) a proposito della fotografia: «le scienze della cultura ricercano le intenzioni che si celano dietro le cose», e «non s'interrogano soltanto sul perché, ma anche sul fine». Se guardiamo la storia moderna dei media, in particolare, l'«intenzione» decisiva da considerare è quella delle aziende, in grado di lavorare alla istituzionalizzazione delle tecnologie e al loro lancio sul mercato: la loro funzione di «selecting agents», nelle parole di Mokyr (1991, 130), che non ha equivalente alcuno nel campo dell'evoluzione biologica.

Insieme all'intenzionalità dell'innovazione, poi, l'evoluzione della cultura ammette anche la trasmissione dei caratteri acquisiti, attraverso cui prendono corpo e si sedimentano le eredità di pensiero; e per certi versi, come è stato più volte osservato, obbedisce quindi a leggi più «lamarckiane» che darwiniane (Cavalli Sforza, 2004, 26; Gould, 1980, 126; 2000, 249). Eppure, allo stesso modo, si è detto che l'innovazione tecnologica svela una logica temporale compatibile con una spiegazione puntuazionale: come scrive Luigi Luca Cavalli Sforza, un cambiamento per «punteg-

giature» sembra ravvisabile tanto «nell'evoluzione culturale che in quella biologica», seppure con scansioni temporali molto diverse (2004, 119). In questo senso, rimane allora da capire come è possibile che un'innovazione cumulativa, addirittura lamarckiana, segua delle regolarità, come le punteggiature, «che sono invece proprie del paradigma darwiniano», sia pure nella specifica versione di Stephen Jay Gould; e questa è di certo una delle questioni più urgenti, lungo una strada di ricerca di cui non sono stati esplorati che i primi passi.

Quattro grandi questioni; ed una quinta, infine, che ci riconduce al punto iniziale di questo articolo: qual è, in tutto questo, la relazione tra cultura e tecnologia? Se prendiamo le applicazioni più strette dell'evoluzionismo, che guardano il problema dal lato delle scienze della natura, cultura e tecnologia tornano ad essere infatti la stessa cosa, fondendosi nel ramo contrapposto a quello del cambiamento biologico; ma se osserviamo la questione più da vicino, possiamo ancora accontentarci di questo improbabile compromesso tra il diavolo e l'acquasanta?

Una chiara distinzione operativa tra tecnologia e cultura, ad essere onesti, è davvero difficile da sostenere: entrambe appartengono a pieno titolo al dominio degli «artefatti» umani, rientrano nel cerchio magico delle usanze tracciato dall'antropologia della tecnica, e l'una si rivela in fondo l'implementazione dell'altra, la messa in forma materiale delle idee e dei pensieri. E tuttavia, se ci limitiamo all'orizzonte della ricerca sui media – dove la distinzione tra i due campi è più intuitiva, ancorché di incerta legittimazione scientifica – una differenza sembra più chiara di altre: la velocità, o, con termine più rigoroso, la «temporalità» del loro decorso. Se consideriamo il mercato attuale dei media, osserva ad esempio Peppino Ortoleva (2009, 19), riscontriamo una «sorprendente tenuta dei paradigmi-base dell'informazione e dell'intrattenimento», al di qua della turbinosa accelerazione del cambiamento tecnico; e io credo che la cosa valga in termini più generali. Siamo ancora, per certi versi, al concetto centrale della teoria di McLuhan – «il mezzo è il messaggio», e «il contenuto di un medium è sempre un altro medium» – ripreso nell'idea di «rimediazione» di Bolter e Grusin: un mezzo sorge per la logica

tutta propria dell'innovazione tecnica, ma al momento della sua nascita i contenuti culturali, che evolvono con maggiore lentezza, non sono ancora pronti, al punto che la nuova piattaforma non può che curvare all'indietro la propria ricerca, e appropriarsi di quello che era già disponibile (la scrittura è così il contenuto del libro, il romanzo è il contenuto del film, e così via). E così anche nella storia moderna della cultura europea, raccontata da Donald Sassoon, lacerata periodicamente dagli strappi delle tecniche di riproduzione e di distribuzione, mentre le figure del contenuto sembrano avanzare più lentamente, come una marea ritmata da infinite giacenze, da stagnazioni e arretramenti, riflussi¹⁰; così ancora nella storia della stampa, che si impone come prorompente novità tecnologica, lasciando aperto per lunghi secoli il problema di come la macchina possa produrre senso, o, seguendo la bella ricostruzione di Adrian Johns, di come una vera «cultura stampata» possa infine emergere, lentamente, dalla piattaforma materiale del libro (1998, 637-638).

Il tempo vischioso della cultura, radicato nelle strutture di senso più tenaci ed immemori, prigioniero della sincronia dell'immaginario, imbevuto della malia degli archetipi, e poi le accelerazioni crescenti della tecnica, seminate nella storia come punteggiature, emerse dal buio come scosse tremende di cambiamento: due spessori diversi, in quel fitto incastro di «piani sovrapposti» e di livelli analitici che compone la «pluralità dei tempi sociali», secondo la grande lezione di Fernand Braudel (1949, XVII-XVIII). «Tempi» diversi, in un comune paradigma di cambiamento: che sia questo il posto dei media, nella vicenda materiale dell'evoluzione della cultura?

¹⁰ Il riferimento è sempre Sassoon (2006); interpretazione confermata da una conversazione diretta con l'autore (dicembre 2008).

Riferimenti bibliografici

- Abruzzese, A. & D. Borrelli (2000), *L'industria culturale. Tracce e immagini di un privilegio*, Roma, Carocci
- Balbi, G. (2010), *La radio prima della radio. L'Araldo Telefonico e l'invenzione del broadcasting in Italia*, Roma, Bulzoni
- Basalla, G. (1988), *The Evolution of Technology*, Cambridge, Cambridge University Press
- Benkler, Y. (2006), *La ricchezza della rete. La produzione sociale trasforma il mercato e aumenta le libertà*, Milano, EGEA, 2007
- Berger, R. (1991), *Il nuovo Golem. Televisione e media tra simulacri e simulazioni*, Milano, Raffaello Cortina, 1992
- Bernardi, S. (2007), *L'avventura del cinematografo. Storia di un'arte e di un linguaggio*, Venezia, Marsilio
- Bijker, W.E. (1995), *La bicicletta e altre innovazioni*, Milano, McGraw-Hill, 1998
- Bolter, J.D. & R. Grusin (1999), *Remediation. Competizione e integrazione tra media vecchi e nuovi*, Roma, Guerini e Ass., 2002
- Borrelli, D. (2000), *Il filo dei discorsi. Teoria e storia sociale del telefono*, Roma, Sossella
- Bourdon, J. (1997), *Introduzione ai media*, Bologna, Il Mulino, 2001
- Braudel, F. (1949), *Civiltà e imperi del Mediterraneo nell'età di Filippo II*, Torino, Einaudi, 2002
- Breton, P. (1992), *L'utopia della comunicazione. Il mito del «vilaggio planetario»*, Torino, UTET-Telecom, 1995
- Briggs, A. & P. Burke (2000), *Storia sociale dei media. Da Gutenberg a Internet*, Bologna, Il Mulino, 2002
- Castells, M. (1996), *La nascita della società in rete*, Milano, EGEA, 2002
- Castells, M. (2009), *Comunicazione e potere*, Milano, EGEA
- Castells, M. & P. Hall (1994), *Technopoles of the World. The Making of Twenty-First Century Industrial Complexes*, London and New York, Routledge
- Cavalli Sforza, L.L. (1996), *Geni, popoli e lingue*, Milano, Adelphi
- Cavalli Sforza, L.L. (2004), *L'evoluzione della cultura*, Torino, Codice

- Cavalli Sforza, L.L. & M.W. Feldman (2003), *The Application of Molecular Genetic Approaches to the Study of Human Evolution*, «Nature Genetics Supplement», 33, pp. 266-275
- Cavalli Sforza, L.L., P. Menozzi, & A. Piazza (1994), *Storia e geografia dei geni umani*, Roma, Adelphi, 1997
- Cazeneuve, J. (1974), *L'uomo telespettatore. La tv come fenomeno sociale*, Roma, Armando, 1989
- Colombo, F. (2003), *Introduzione allo studio dei media*, Roma, Carocci
- Crocker, S. (1969), *Host Software*, University of California, Los Angeles, disponibile al sito tools.ietf.org/html/rfc1
- Darwin, C. (1859), *L'origine delle specie*, Roma, Newton Compton, 1973
- Dawkins, R. (1986), *L'orologiaio cieco*, Milano, Mondadori, 2003
- Dayan, D. & E. Katz (1992), *Le grandi cerimonie dei media. La storia in diretta*, Bologna, Baskerville, 1993
- Debray, R. (1993), *Lo Stato seduttore*, Roma, Editori Riuniti, 1998
- De Fleur, M. & S.J. Ball-Rokeach (1989), *Teorie delle comunicazioni di massa*, Bologna, Il Mulino, 1995
- De Kerckhove, D. (1995), *La pelle della cultura*, Genova, Costa & Nolan, 1996
- Diamond, J. (1997), *Armi, acciaio e malattie. Breve storia del mondo negli ultimi tredicimila anni*, Torino, Einaudi, 1998
- Eldredge, N. & S.J. Gould (1972), *Punctuated Equilibria: an Alternative to Phyletic Gradualism*, in T.J.M. Schopf (a cura di), «Models in Paleobiology», San Francisco, Freeman, Cooper & Co., pp. 82-115
- Fidler, R. (1997), *Mediamorfosi. Comprendere i nuovi media*, Roma, Guerini e Associati, 2000
- Flichy, P. (1995), *L'innovazione tecnologica. Le teorie dell'innovazione di fronte alla rivoluzione digitale*, Milano, Feltrinelli, 1996
- Flusser, V. (1983), *Per una filosofia della fotografia*, Milano, Bruno Mondadori, 2006
- Gould, S.J. (1980), *Il pollice del panda. Riflessioni sulla storia naturale*, Milano, Il Saggiatore, 2001

- Gould, S.J. (1991), *Bravo brontosauero. Riflessioni di storia naturale*, Milano, Feltrinelli, 2002
- Gould, S.J. (2000), *L'equilibrio punteggiato*, Torino, Codice, 2008
- Gras, A. (1993), *Nella rete tecnologica. La società dei macrosistemi*, Torino, UTET-Telecom, 1997
- Griset, P. (2004), *La Francia e l'adozione del telegrafo meccanico: un successo senza un vero e proprio avvenire*, in A. Giuntini (a cura di), «Sul filo della comunicazione. La telegrafia nell'Ottocento tra economia, politica e tecnologia», Prato, Istituto di Studi Storici Postali, pp. 99-109
- Himanen, P. (2001), *L'etica hacker e lo spirito dell'età dell'informazione*, Milano, Feltrinelli
- Huuderman, A.A. (2003), *The Worldwide History of Telecommunications*, Hoboken, John Wiley & Sons
- Jacob, F. (1978), *Evoluzione e bricolage. Gli «espediti» della selezione naturale*, Torino, Einaudi
- Jenkins, H. (2006), *Cultura convergente*, Milano, Apogeo, 2007
- Johns, A. (1998), *The Nature of the Book. Print and Knowledge in the Making*, Chicago, Chicago University Press
- Kilgour, F. (1998), *The Evolution of Book*, Oxford, Oxford University Press
- Kuhn, T. (1962), *La struttura delle rivoluzioni scientifiche*, Torino, Einaudi, 1995
- Latour, B. (1987), *Science in Action: How to Follow Scientists and Engineers through Society*, Cambridge, Harvard University Press
- Lévy, P. (1997), *Cybercultura. Gli usi sociali delle nuove tecnologie*, Milano, Feltrinelli, 1999
- Loch, C.H., & BA. Huberman (1999), *A Punctuated-Equilibrium Model of Technology Diffusion*, «Management Science», 45, 2, pp. 160-177
- Marvin, C. (1988), *Quando le vecchie tecnologie erano nuove. Elettività e comunicazione a fine Ottocento*, Torino, UTET-Telecom, 1993
- Mayr, E. (1942), *Systematics and the Origin of Species, from the Viewpoint of a Zoologist*, Harvard, Harvard University Press, 1999
- Mayr, E. (1963), *Population, Species, and Evolution*, Harvard, Harvard University Press

- McLuhan, M. (1964), *Gli strumenti del comunicare*, Milano, Il Saggiatore, 1997
- McQuail, D. (1983), *Le comunicazioni di massa*, Bologna, Il Mulino, 1987
- Meyrowitz, J. (1985), *Oltre il senso del luogo. L'impatto dei media elettronici sul comportamento sociale*, Bologna, Baskerville, 1993
- Mokyr, J. (1990a), *Punctuated Equilibria and Technological Progress*, «American Economic Review», 80, pp. 350-354
- Mokyr, J. (1990b), *The Lever of Riches: Technological Creativity and Economic Progress*, Oxford, Oxford University Press
- Mokyr, J. (1991), *Evolutionary Biology, Technological Change and Economic History*, «Bulletin of Economic Research», 43, 2, pp. 127-149
- Mokyr, J. (1992), *Technological Inertia in Economic History*, «The Journal of Economic History», 52, 2, pp. 325-338
- Moores, S. (1993), *Il consumo dei media. Un approccio etnografico*, Bologna, Il Mulino, 1998
- Moretti, F. (2005), *La letteratura vista da lontano*, Torino, Einaudi
- Nosengo, N. (2008), *L'estinzione dei tecnosauri. Storia di tecnologie che non ce l'hanno fatta*, Milano, Sironi
- Ortoleva, P. (1995), *Mediastoria. Comunicazione e cambiamento sociale nel mondo contemporaneo*, Parma, Pratiche
- Ortoleva, P. (2009), *Il secolo dei media. Riti, abitudini, mitologie*, Milano, Il Saggiatore
- Paccagnella, L. (2004), *Sociologia della comunicazione*, Bologna, Il Mulino
- Pinch, T.J. & W.E. Bijker (1987), *The Social Construction of Facts and Artifacts: or How the Sociology of Science and the Sociology of Technology Might Benefit Each Other*, in W.E. Bijker, T. Hughes & T.J. Pinch (a cura di), «The Social Construction of Technological Systems: New Directions in the Sociology and History of Technology», Cambridge, MIT Press, pp. 17-50
- Richerson, P.J. & R. Boyd (2005), *Non di soli geni. Come la cultura ha trasformato l'evoluzione umana*, Torino, Codice, 2006
- Rivas, L.R. (1964), *A Reinterpretation of the Concepts «Sympatric» and «Allopatric» with Proposal of the Additional Terms «Synoptic» and «Allotopic»*, «Systematic Zoology», 13, 1, pp. 42-43

- Rogers, E. (1962), *Diffusion of Innovations*, Glencoe, The Free Press
- Sartori, L. (2006), *Il divario digitale. Internet e le nuove disuguaglianze sociali*, Bologna, Il Mulino
- Saxenian, A. (1994), *Regional Advantage. Culture and Competition in Silicon Valley and Route 128*, Cambridge, Harvard University Press
- Selleri, S. (2009), *L'ingegneria delle telecomunicazioni prima delle applicazioni dell'elettricità*, in F. Angiotti & G. Pelosi (a cura di), «Antonio Meucci e la città di Firenze. Tra scienze, tecnica e ingegneria», Firenze, Firenze University Press, pp. 105-122
- Silverstone, R. (1994), *Televisione e vita quotidiana*, Bologna, Il Mulino, 2000
- Silverstone, R. (1999), *Perché studiare i media?*, Bologna, Il Mulino, 2002
- Standage, T. (1998), *The Victorian Internet: The Remarkable Story of the Telegraph and the Nineteenth Century On-Line Pioneers*, New York, Walker Publishing Company
- Thurow, L. (1996), *The Future of Capitalism: How Today's Economic Forces Shape Tomorrow's World*, New York, Penguin
- Upton, M. (1962), *Electronics for Everyone*, New York, American Library Association
- Weber, M. (1922), *Il metodo delle scienze storico-sociali*, Torino, Einaudi, 1997
- Williams, M. (2009), *Rewiring Media History. Intermedial Borders*, in J. Staiger & H. Hake (a cura di), «Convergence Media History», New York, Routledge, pp. 46-58
- Williams, R. (1974), *Televisione. Tecnologia e forma culturale*, Roma, Editori Riuniti, 2000
- Wilson, G. (1976), *The Old Telegraphs*, London, Phillimore

Internet, il medium dei dilettanti?

di Patrice Flichy

Nel 1993, quando il grande pubblico cominciava a scoprire Internet, un editorialista della nuova rivista «Wired» dichiarava: «tra dieci anni i media di massa saranno spariti, scomparsi senza lasciare traccia» (Chrington, 1993). Dal canto suo, il prospettivista George Gilder prevedeva l'arrivo di una «nuova epoca dell'individualismo che condurrà a una produzione culturale sconosciuta all'umanità» (Gilder, 1994). Queste utopie relative a una produzione messa in atto dagli utenti stessi non sono le prime nella storia della comunicazione. Negli anni Settanta, hanno accompagnato non solo il movimento delle radio libere sviluppatosi in Italia e poi in Francia, ma anche la comparsa delle videocamere leggere e delle televisioni locali via etere e via cavo (Grandi-Richeri, 1976). Tuttavia, numerosi osservatori reputano che oggi Internet rafforzi questo movimento di autoproduzione da parte degli utenti. È apparso un nuovo tipo di artista: il pro-am, professionista-amatoriale (Leadbetter-Miller, 2004). Costui svolge le proprie attività amatoriali secondo standard professionali e desidera rivestire i panni di attività sociali, quali l'arte o la poli-

tica, dominate dai professionisti, nel quadro dei propri svaghi attivi e collettivi. Questa rivoluzione dei pro-am è stata denunciata da altri osservatori che temono che il dilettante mediocre si sostituisca al professionista di talento e che rifiutano questo nuovo «culto del dilettante» (Keen, 2008) che distrugge la nostra cultura.

Per rispondere a questa controversia, presenterò innanzitutto questi «user generated contents» (UGC) prodotti dagli utenti amatoriali, quindi mi appoggerò agli studi di sociologia culturale per analizzare questi nuovi fenomeni.

*Diffusione
versus
piattaforme
di condivisione*

Le piattaforme che propongono contenuti realizzati dagli utenti sono spesso state percepite come un forte elemento di rottura nella storia dei media. Le produzioni dei professionisti verrebbero dunque rimpiazzate da quelle realizzate dagli stessi utenti della rete («Broadcast yourself» è lo slogan di YouTube). YouTube o Dailymotion rappresentano oggi importanti luoghi d'accesso alla cultura. Nel 2007, YouTube, è il primo sito a proporre cento milioni di video in meno di dieci minuti. Ogni giorno, vengono caricati 65.000 nuovi video (Cha, 2007). Si calcola che l'80% dei contenuti sia stato creato dai navigatori.

D'altra parte alcuni osservatori stimano che il 30% degli utenti in rete fornisca già dei contenuti (Rebillard, 2001). Se si estende il raggio d'osservazione a tutte le forme espressive, compresa la scrittura, si può constatare che il 56% degli utenti francesi ha «partecipato attivamente ad alcuni siti creati da altri navigatori» e che il 95% li ha consultati («Journal du Net», 2007).

Nonostante il loro grande successo però, queste piattaforme non si sostituiscono alla televisione. Esse rappresentano piuttosto un luogo di confluenza, nel quale si giustappongono immagini diverse. I fan vi trovano un modo per far conoscere un film o una serie televisiva proponendone un estratto, di accrescere la notorietà di un gruppo musicale che hanno ripreso durante un concerto, o postare i remix creati da loro stessi, le clip «fatte in casa» nelle quali cantano in playback la canzone del loro artista preferito. Dal canto loro i musicisti dilettanti caricano estratti video dei loro concerti, i videoamatori propongono le loro produzioni. I

testimoni di grandi avvenimenti mettono in rete il video dell'avvenimento cui hanno assistito (manifestazioni, calamità naturali...). Le persone ordinarie caricano immagini della propria vita: matrimoni, vacanze, bambini, animali domestici... Ma anche i produttori mettono online i trailer dei loro film o delle loro serie.

Queste piattaforme mescolano il mondo dei media di cui spesso si sono riappropriati i fan, quello amatoriale e quello della produzione video ufficiale. Questo incrocio di mondi differenti comincia a manifestarsi a partire dall'organizzazione delle informazioni sullo schermo, poiché, dal momento in cui l'utente clicca su un video, a sinistra dello schermo compare una lista di video relativi allo stesso tema o realizzati dal medesimo autore.

A questa eterogeneità dei video fa riscontro una diversità di pubblico. In certi casi può raggiungere una decina di milioni di utenti, mentre in molti altri limitarsi al centinaio. I successi maggiori possono essere raggiunti sia dai videoclip delle star o dai trailer dei film, che dai video dei fan. Al contrario, i video di famiglia o di amici sono destinati a un'audience molto ristretta. Gli autori giocano con il titolo dei propri video per restringerne il pubblico alla rete dei conoscenti. Se il titolo è abbastanza criptico, potrà accedervi solo chi è già in possesso del link.

Queste piattaforme permettono di dare visibilità alle pratiche di produzione su internet che oggi coinvolgono un pubblico di massa. L'espressione piattaforme di condivisione è pertanto molto calzante. Sono i luoghi di scambio tra mondi diversi, quello dei media e quello della vita quotidiana; l'individuo vi associa i propri interessi in modo specifico. Questi scambi possono anche rappresentare un luogo di conflitto. I media cercano di imporre i propri programmi, i propri codici culturali a fan che vogliono prenderne le distanze. Infine, queste piattaforme danno origine a effetti imprevisi. Benché alcuni video siano rivolti esclusivamente a certi amici, essi possono talvolta raggiungere un vasto pubblico. In conclusione, le frontiere tra produzione e ricezione scompaiono, come quelle tra lo spettacolo e la vita.

Come lavorano i nuovi artisti che caricano le loro produzioni sulle piattaforme di condivisione? Per comprendere la loro attività

possono esserci molto utili le riflessioni di Howard Becker sui mondi dell'arte (Becker, 2006). Becker partiva dalle categorie di «franco-tiratore», «artista popolare» e «artista naïf» per definire meglio gli «artisti integrati», allo stesso modo, noi possiamo partire da quest'ultima categoria per definire i dilettanti. In primo luogo, costoro non si caratterizzano certo in opposizione ai professionisti, agli «artisti integrati», ma a partire da un universo completamente diverso. Tuttavia, confrontare i dilettanti del mondo digitale con gli «artisti naïfs» di H. Becker può rappresentare un percorso euristico interessante. Questa riflessione sarà condotta intorno a cinque temi: la solitudine del dilettante, la sua formazione, i suoi strumenti di lavoro, le convenzioni che condivide con gli altri, il suo pubblico (Flichy, 2010).

*Una solitudine
temperata
da piccole comunità
al margine
del dispositivo
di massa*

Howard Becker osservava che gli artisti naïf «non possono affidarsi a nessuna rete di cooperazione precostituita. Essi lavorano soli». Una situazione simile si può osservare nel mondo del digitale e notoriamente nel campo della musica. Prendiamo ad esempio i compositori che utilizzano il mezzo informatico. Questa musica è fatta in primo luogo ad uso privato: «compongo ciò che ho voglia di ascoltare» (Pout-Lajus et al., 2002), dichiara uno di questi musicisti. Questa pratica, come in genere l'attività artistica, ha un carattere profondamente individuale, non si tratta solo di una produzione autonoma, come quella informatica, ma soprattutto di un'attività soggettiva e libera. Diversamente dal professionista, il dilettante non deve rispettare le regole di un editore o di un mercato.

Oltre a mostrare la propria produzione alla famiglia e agli amici, il musicista amatoriale si inserisce in quelle comunità che apprezzano la sua musica. In pratica, come spiega uno di questi dilettanti, è un'attività «al tempo stesso molto solitaria e molto connessa». Internet è chiaramente il mezzo essenziale di questa connessione.

All'interno di questi piccoli collettivi amatoriali in rete la cooperazione può essere intensa. Essa prende in genere l'aspetto della collaborazione reciproca piuttosto che della divisione del lavoro come nel caso degli artisti integrati di Becker (si veda ad esempio

la produzione cinematografica). La divisione del lavoro artistico rimanda a competenze specifiche, a status riconosciuti. Non esiste nulla di simile nell'enciclopedia on line Wikipedia. Tutti i collaboratori che lo desiderano possono partecipare alla scrittura e alla revisione degli articoli. Non è possibile far valere la propria competenza per giocare un ruolo centrale nella redazione di un articolo. All'interno di questa cerchia che postula sin dall'inizio l'uguaglianza di tutti, conviene al contrario saper difendere e sostenere le proprie ragioni. La sola prerogativa che abbia qualche valore è l'attività di scrittura passata o presente. In mezzo a queste pratiche amatoriali quotidiane appaiono tuttavia delle specializzazioni. Alcuni utenti contribuiscono alla realizzazione delle illustrazioni, altri si consacrano alle correzioni. La divisione del lavoro non è esplicitata in partenza, è il risultato dell'attività quotidiana dei dilettanti, ma può sempre essere messa in discussione. Siamo all'interno del modello della «comprendimento condivisa» studiata da H. Becker (Becker, 1999).

Un'altra caratteristica è tipica di queste piccole comunità di dilettanti: la loro intermittenza. Anche se l'impegno del dilettante può essere intenso, si tratta comunque di un'attività svolta in modo irregolare.

Talvolta, queste piccole comunità amatoriali possono integrarsi in piattaforme più estese, ad esempio nel campo della musica. Così, Myspace consente agli amatori di segnalare le proprie preferenze indicando tra i musicisti «i loro migliori amici». I gruppi musicali sono classificati in un centinaio di categorie, e questo consente ai dilettanti di ogni luogo di trovare altri che suonino la loro stessa musica, anche a grande distanza. Myspace rappresenta la rete sociale della musica popolare, uno spazio nel quale la curiosità di ciascuno può rivelarsi una ricchezza. Simbolicamente, la coabitazione di tutti appare particolarmente esplicita nella classifica degli artisti in funzione dell'audience. Questa si compone di tre colonne: la prima per gli artisti che non sono mai stati pubblicati, la seconda per quelli pubblicati da etichette indipendenti (indie) e la terza per le major. Questa bella simmetria è in parte falsata dal fatto che le pagine degli artisti rappresentati dalle major sono collegate a numerosi altri siti che attirano i navigato-

ri, ma allo stesso tempo l'esistenza di una hit-parade impone la regola, comune ai media, che la qualità della musica si misura attraverso l'audience. Così, quando il dilettante abbandona le sue piccole comunità si scontra con le leggi del professionismo, senza però divenire per questo un nuovo professionista.

*L'autodidattica
e l'esperienza
dal basso*

L'autonomia che abbiamo riscontrato nell'attività dei dilettanti, la loro specificità rispetto alla cultura riconosciuta, emerge anche a livello della loro formazione. Nel campo della scrittura, i dilettanti non hanno ricevuto altra formazione che quella impartita dal sistema scolastico, lo stesso vale per i tre quarti degli artisti visivi. Al contrario gli autodidatti sono più rari tra i musicisti: solo il 5% per i pianisti. Ma non appena ci si allontana dalla musica classica, i musicisti autodidatti diventano più numerosi. Così il 37% dei chitarristi ha imparato da sé (Donnat, 1996) e sono in genere autodidatti anche i rapper, che rappresentano un altro esempio di musica per la quale non esiste alcuna forma di educazione formalizzata. Pertanto, più ci si allontana dalla musica classica, maggiore diventa la percentuale di musicisti autodidatti. L'apprendimento autonomo è anche il cuore del genere elettronico (meglio «L'autoformazione è l'anima della musica elettronica»? Non saprei trovare un'altra espressione per musica elettronica però...). In campo musicale l'informatica permette di sviluppare pratiche amatoriali senza aver ricevuto alcun tipo di formazione. Questo ruolo dell'autodidassi nella formazione del pubblico amatoriale si avvicina alle osservazioni di Howard Becker sugli «artisti naïf». Costoro non hanno ricevuto un'educazione artistica e dunque non sono orientati verso uno stile particolare, ma creano forme e generi specifici (Becker, 2006).

Diversamente dall'artista esperto, che ha costruito le proprie competenze all'interno del sistema scolastico e universitario, il dilettante ha acquisito le proprie attraverso la pratica. Non vuole confrontarsi con l'artista o con il giornalista. Vuole innanzitutto fare qualcosa di diverso. È un autodidatta che ha imparato da solo e pertanto non sempre rispetta i canoni del suo campo. La sua competenza deriva dall'esperienza. Il suo lavoro è il risultato di una passione che fa parte della costruzione della sua stessa iden-

tità. Il giornalista amatoriale, quindi, non è uno specialista dei temi di cui scrive, ma piuttosto un appassionato che vuol dare il proprio punto di vista su una questione che lo coinvolge e che desidera affrontare in altro modo. Diversamente dal giornalista cui si chiede di scomparire dietro il proprio soggetto, il blogger parla in prima persona, esprime la sua opinione. Quanto il blogger scrive o fotografa è indipendente dagli imperativi imposti da una redazione giornalistica o dai lettori. Egli esprime quel che vuole, come lo percepisce. E lo fa seguendo i propri ritmi, in maniera intensa in alcuni momenti e più distaccata in altri.

Ma non per questo il dilettante è un profano. Al contrario, è un conoscitore che si è documentato e che spesso ne sa parecchio. In questo senso è anch'esso un esperto. Infatti, se il termine «esperto» indica il più delle volte uno «specialista», ha però anche un'altra accezione: rimanda a colui che ha appreso le proprie competenze tramite l'esperienza. In questo senso, l'amatore è un «esperto che viene dal basso», qualcuno la cui perizia viene dall'esperienza. In linea con le riflessioni di Richard Sennett (Sennett, 2010), lo studio dei dilettanti conduce a una nuova valorizzazione dell'esperienza ordinaria rispetto a quella delle élite.

Benché tradizionalmente non disponesse di strumenti identici a quelli degli «artisti integrati», il dilettante dell'era digitale ha spesso a disposizione strumenti simili a quelli professionali. Ricordiamo innanzitutto questa caratteristica alla base della cultura digitale: con la diffusione dei computer, tutto il mondo utilizza lo stesso strumento universale, tanto nella vita lavorativa che in quella privata. Le competenze acquisite in uno di questi due universi possono essere riutilizzate nell'altro. Le molteplici possibilità offerte dai computer, rendono possibile al dilettante l'associazione di componenti medialità differenti. Prendiamo l'esempio dell'«home video». Si calcola che il 15% dei film caricati sui siti di condivisione, come YouTube o Dailymotion siano dei remix. Il PC è uno strumento che facilita questo lavoro di ricostruzione audiovisiva.

Anche se i software a disposizione dei dilettanti sono spesso identici a quelli adottati dai professionisti, essi vengono utilizzati in

*Strumenti
di lavoro
universali*

modo più elementare. «Photoshop», un software per il ritocco e il lavoro sulle fotografie digitali, è un buon esempio di queste pratiche multiple. È riconosciuto dai grafici professionisti e insegnato nelle scuole d'arte, ma è anche utilizzato dagli adolescenti per realizzare i loro blog. Grazie all'autodidassi e all'aiuto degli amici sanno incorniciare una foto, ritagliare uno dei soggetti, modificare l'illuminazione, cambiare un colore.

Su alcuni siti di condivisione, come Vimeo, specializzato in video «di qualità», vengono addirittura proposti agli utenti degli strumenti per imparare in rete. La «vimeo video school» propone una serie di tutorial che consentono ai principianti di iniziarsi alla produzione e ai dilettanti con maggiore esperienza di perfezionarsi o di acquisire tecniche particolari, come il 3D o la fotografia macro. La fama di Vimeo, infatti, deriva proprio dalla possibilità di associazione di dilettanti alle prime armi, esperti e professionisti che vogliono realizzare immagini per svago, al di fuori degli obblighi della vita lavorativa. L'attività inventiva dei dilettanti si iscrive in un processo collettivo. Le produzioni sono messe in rete e commentate sul web. Si mette così in gioco un processo di apprendimento collettivo.

Le convenzioni

«Non è il carattere dell'opera a rappresentare la specificità dell'arte naïf, ma la sua indipendenza rispetto alle convenzioni del momento» (Becker, 2006), osserva H. Becker. Questo scarto rispetto alle convenzioni dell'arte caratterizza anche i dilettanti. Una musicista amatoriale dice ad esempio: «il computer è una tecnica priva di regole». Un'ex pianista precisa che: «per comporre non mi servo in alcun modo delle mie nozioni di musica I miei strumenti sono la mia voce, il PC e i CD registrati che campongono» (Pout-Lajus et al., 2002).

Questa libertà offerta dalla tecnica informatica è messa in rilievo da altri musicisti dilettanti. Ciò mi consente di «passare da uno stile, da un genere all'altro. Non ho etichette» dichiara uno di loro. Un altro dilettante sottolinea che, rispetto ai musicisti professionisti, egli ha il grande vantaggio di essere libero dall'obbligo di piacere e di vendere. Può esprimersi come desidera.

Allo stesso modo, il «giornalista-cittadino» non va a caccia di

nuovi scoop e realizza poche inchieste originali. Di tanto in tanto si appoggia alla propria esperienza privata o professionale per offrire un punto di vista nuovo su un avvenimento, ma più spesso si tratta di un lavoro di sintesi che si basa su dati raccolti dal web. Anche quando vuole avvicinarsi all'universo dei professionisti scrivendo su siti partecipativi, il dilettante rimane comunque combattuto tra la volontà di seguire le regole del mestiere (titoli accattivanti, cappelli espliciti, parole chiave efficaci ...) e il suo desiderio di scrivere per puro piacere.

Tuttavia, la libertà dei dilettanti è minore di quanto non si creda. Le piccole comunità alle quali appartengono creano sovente proprie regole interne. Queste regole sono necessarie all'organizzazione della collettività. Così, i fotografi dilettanti che postano le proprie foto sul sito Flickr si organizzano talvolta in piccole comunità che comprendono esclusivamente quelle fotografie rispondenti a una regola comune, che sia di tipo formale (immagini composte da linee parallele o diagonali) o di definizione del soggetto (fotografie di eclissi lunari, di impronte di piedi, di scarpe appese a dei fili ...).

Come si vede, i dilettanti adottano posizioni differenti di fronte alle regole e alle convenzioni della produzione artistica. Possono affrancarsene completamente, ma più spesso adottano convenzioni più circoscritte, adattate alle piccole comunità delle quali fanno parte. Talvolta queste comunità crescono e le regole diventano quelle di una nuova attività artistica. Più spesso, questa regola circoscritta che è stata assunta o addirittura rivendicata rappresenta una delle caratteristiche dell'attività del dilettante e lo distingue dall'artista.

Questa moltiplicazione delle convenzioni particolaristiche produce un effetto importante: comporta non solo una parcellizzazione delle attività amatoriali e una dispersione dei valori, ma impedisce il costituirsi di classificazioni comuni. Scompaiono sia le gerarchie artistiche universalmente riconosciute che l'universalità dei saperi lasciando il posto a una frammentazione delle arti e delle conoscenze. Prima dell'era digitale, la diffusione di queste convenzioni locali era limitata. Oggi Internet permette loro di acquisire un'audience più ampia. D'altra parte, i critici che giocavano

un ruolo centrale nella costruzione dell'opinione pubblica, hanno perso parte del loro potere, gli amatori esprimono il proprio gusto personale e informano le loro reti. Queste diverse opinioni si sovrappongono senza essere ordinate in una classificazione riconosciuta delle qualità artistiche.

*Il pubblico
dei dilettanti*

Benché il dilettante sia spesso un solitario, egli cerca in genere di diffondere la propria produzione, almeno tra coloro che gli sono più vicini. Con Internet, il numero delle persone raggiungibili si estende a individui con i quali il dilettante condivide questo o quell'interesse. Egli può usufruire di un dispositivo che facilita la diffusione e che permette al pubblico di esprimere i propri commenti in modi diversi. È in particolare negli scritti amatoriali che si possono individuare, con una certa precisione, i diversi tipi di pubblico che si incontrano.

Il primo tipo si limita a qualche individuo. Si tratta del caso del blog personale. L'autore cerca di esprimere le proprie emozioni, di raccontare esperienze forti. La presa di distanza da sé e l'oggettività, rese possibili dalla scrittura elettronica, consentono una condivisione con anime gemelle, incontrate in forma anonima sulla rete, che scrivono commenti amichevoli e arricchiscono lo scambio con le loro esperienze personali (Cardon e Delaunay-Teterel, 2006). Al di là di questo dialogo con qualche individuo, molti dilettanti si collocano in una sfera ristretta di produzione di informazioni e opinioni. Scrivono per un numero limitato di lettori. Se si crede a Médiamétrie, è questo il caso della metà dei blogger che dichiarano di non indirizzarsi a «tutti i navigatori». La testimonianza di molti dilettanti ha dunque una portata limitata. Essi non cercano più lo scambio faccia a faccia tra la cerchia di amici, ma piuttosto l'incontro con sconosciuti e profani, gli «amici della Rete», che restano però una comunità ristretta. Se nel primo caso abbiamo a che fare con uno spazio intimo, in questo si tratta di uno spazio fuori dall'intimità, ovvero di un luogo nel quale l'enunciatore si indirizza a un numero ristretto di riceventi, più o meno conosciuti, attraverso un dispositivo accessibile a tutti.

Anche se il blogger non cerca di ottenere una forte visibilità e si accontenta di un'audience circoscritta, può accadere talvolta che,

dopo essere stato commentato molto positivamente da altri navigatori della rete, essere stato più volte inserito nei «blogrolls» e reindirizzato a degli amici di Facebook, ottenga quasi per caso un pubblico di massa. Questo caso, che viene spesso evocato dai media, è in realtà piuttosto inusuale. Il blog amatoriale diventa solo assai di rado un dispositivo di massa.

Una delle caratteristiche tipiche del dilettante è quella di formarsi da solo le proprie competenze, attraverso l'esperienza. Così la gamma e il livello delle competenze sono molto varie. Alcuni dilettanti hanno conoscenze e abilità molto limitate e questo li rende quasi dei profani, altri invece sviluppano a poco a poco competenze rilevanti e riescono a ottenere un riconoscimento della propria esperienza. Per coloro che si muovono attraverso diverse tipologie di amatorialità si può parlare dello sviluppo di un carriera.

*La carriera
dei dilettanti*

Immaginiamo spesso la carriera del dilettante come un cammino verso la professionalizzazione che si conclude con l'ingresso nel mondo della produzione artistica o giornalistica. In realtà il dilettante che diventa un professionista rappresenta un'eccezione. La difficoltà non consiste solamente nell'acquisizione delle competenze, ma nell'inserimento all'interno delle catene di cooperazione su cui si fondano il mondo dell'arte e dell'informazione. Anche per quanto riguarda quei dilettanti che potremmo considerare tra i più dotati, persiste una barriera trasparente molto difficile da oltrepassare, salvo che per coloro che avevano già acquisito una competenza professionale e che sfruttano il quadro dell'amatorialità per sviluppare il loro progetto in modo autonomo. È il caso, in particolare, dei programmatori indipendenti di software, che si muovono in certi casi come «franchi tiratori».

Ma nell'insieme, la vera carriera del dilettante è piuttosto quella che si organizza nel cuore del mondo amatoriale, nel quale l'individuo può essere sempre più riconosciuto e può acquisire una legittimità sempre maggiore. Questa evoluzione della carriera si manifesta con l'assunzione di ruoli diversi all'interno delle comunità amatoriali. Wikipedia ha suddiviso in modo particolarmente

netto questi diversi ruoli (partecipante anonimo, partecipante iscritto, amministratore, risolutore di conflitti) riproducendo così i diversi incarichi che si incontrano nelle associazioni tradizionali dell'universo socioculturale.

Anche se il digitale ha facilitato l'attività di coloro che sognavano di coltivare le proprie passioni e di accrescere le proprie conoscenze, e, in sostanza, ha permesso lo sviluppo delle attività amatoriali, non per questo il dilettante si trasforma in professionista, ma rimane all'interno dell'universo amatoriale, con le sue peculiari specificità.

(Traduzione di Sarah Pesenti Campagnoni)

Riferimenti bibliografici

- Becker, H. (1999), *Propos sur l'art*, Parigi, L'Harmattan
- Becker, H. (2006), *Les mondes de l'art*, Parigi, Flammarion
- Cardon, D. et H. Delaunay-Teterel (2006), *La production de soi comme technique relationnelle*, «Réseaux», 138, 2006
- Cha, M. et al. (2007), *I tube, you tube, everybody tubes*, International Conference on Microelectronics 2007
- Donnat, O. (1996), *Les Amateurs. Enquête sur les activités artistiques des Français*, Parigi, La Documentation française
- Crighton, M. (1993), *The mediasaurus*, «Wired», sett. 1993, 57
- Flichy, P. (2007), *The Internet Imaginaire*, MIT Press, Cambridge, Mass.
- Flichy, P. (2010), *Le sacre de l'amateur. Sociologie des passions ordinaires à l'ère numérique*, Parigi, Le Seuil
- Gilder, G. (1994), *Life after Television*, Norton, New York
- Grandi, R. e G. Richeri (1976) *Le televisioni in Europa: TV etere, tv cavo, videograppi, crisi, innovazione, involuzioni*, Milano, Feltrinelli
- Leadbeater, C. & P. Miller (2004), *The Pro-Am Revolution: How Enthusiasts are Changing our Economy and Society*, Demos
- Keen, A. (2008), *Le culte de l'amateur. Comment Internet détruit notre culture*, Parigi, Scali

- Pouts-Lajus, S., S. Tiévant, J. Jérôme et J.C. Sevin, 2002, *Composer sur son ordinateur*, Parigi, Ministero della Cultura
- Rébillard, F. (2007), *Le web 2.0 en perspective*, Parigi, L'Harmattan
- «Journal du Net», 30 agosto 2007
- Sennett, R. (2010), *Ce que sait la main. La culture de l'artisanat*, Parigi, Albin Michel

Dinamiche economiche e dinamiche socioculturali

Il cambiamento dei media, il caso della televisione

di Giuseppe Richeri

La storia della televisione italiana è stata ampiamente trattata sotto vari punti di vista. Si è data maggiore attenzione alle vicende politiche e istituzionali che ne hanno orientato l'attività, all'impatto che la sua programmazione ha avuto sulla lingua, la cultura, i modelli di riferimento e gli stili di vita di molti italiani e sulla loro identità collettiva. Anche l'evoluzione dei programmi e del comportamento dei telespettatori, i modelli e le strategie delle imprese di maggior peso, l'evoluzione delle risorse economiche e, più in generale, del sistema televisivo sono stati oggetto di ricostruzione storica, analisi, interpretazione. Sarebbe lungo ricordare gli autori più significativi, ma alcuni di loro, i cui scritti ho frequentato di più, sono indicati in bibliografia.

Nonostante l'ampia disponibilità di letteratura c'è però ancora spazio per mettere in luce aspetti finora poco e per nulla considerati che riguardano vari snodi importanti della storia televisiva italiana. Tra questi alcuni riguardano le relazioni tra lo sviluppo della televisione e lo sviluppo di settori dell'economia nazionale che aiutano a capire qualcosa in più della storia della televisione e del paese.

Nel 1959 la Rai riuscì a completare la costruzione della rete televisiva nazionale rendendo i suoi programmi accessibili a quasi tutta la popolazione italiana. Si trattò di un risultato sorprendente se si considera che questo obiettivo fu raggiunto con dodici anni di anticipo sul termine stabilito dalla Convenzione con cui nel 1952 lo Stato aveva concesso alla Rai il monopolio del servizio televisivo da avviare nei due anni successivi. L'investimento complessivo nella rete televisiva fu di quasi 30 miliardi di lire. A questa cifra si devono aggiungere gli investimenti per la costruzione dei Centri di produzione di Roma e di Napoli e per la realizzazione della seconda rete televisiva che nel consuntivo del 1961, presentato dal Consiglio di Amministrazione dell'azienda, superavano 60 miliardi di lire.

Nel 1955, quando iniziò l'espansione del servizio televisivo, inaugurato l'anno precedente, le entrate della Rai superavano di poco i 21 miliardi coperti in prevalenza dal servizio radiofonico con gli abbonamenti (60%) e la pubblicità (18,6%), seguiti dagli abbonamenti al servizio televisivo (9%), dall'imposta di fabbricazione sui materiali radioelettrici (6%) e da altre voci minori. La televisione impiegò alcuni anni per diventare l'attività trainante della Rai; solo nel 1960 il gettito degli abbonamenti e della pubblicità, introdotta solo tre anni prima, superarono insieme il gettito degli abbonamenti e della pubblicità radiofonici. In quell'anno degli oltre 52 miliardi di entrate della Rai 26 miliardi derivarono dagli abbonamenti e dalla pubblicità televisivi, rispettivamente 20,9 e 5,4 miliardi.

Nel bilancio di allora non figurava più la voce «tasse su materiali radioelettrici», simbolo del rapporto importante che ci fu tra sviluppo radiotelevisivo e sviluppo industriale nazionale. Infatti gli investimenti della Rai nelle infrastrutture di rete e nei programmi funzionarono da volano per l'industria «radioelettrica» rappresentata dalle imprese che producevano apparati di telecomunicazione, componenti e, soprattutto, apparecchiature necessarie a ricevere i programmi radiofonici e televisivi. Si trattava peraltro di un settore industriale nazionale debole, ma considerato strategicamente importante, che occorreva proteggere dalla concorrenza esterna e che si intendeva rafforzare sfruttando una

nuova domanda interna stimolata dalla televisione. Il flusso economico verso la Rai era generato essenzialmente dagli esborsi delle famiglie per pagare gli abbonamenti alla radio e alla televisione e da quelli delle imprese per pagare la pubblicità. Con queste risorse la Rai doveva remunerare i mutui accesi per finanziare la realizzazione delle grandi infrastrutture di produzione e di trasmissione, ammortizzare gli investimenti e sostenere i costi di gestione del servizio tra cui soprattutto quelli necessari a realizzare la programmazione radiotelevisiva e a renderla accessibili a tutti gli abbonati. Ma le famiglie per utilizzare i servizi della Rai, oltre a pagare l'abbonamento, dovevano acquistare le apparecchiature necessarie, generando in tal modo una domanda rilevante per le imprese del settore radioelettrico. Più il servizio era attraente più sarebbe cresciuto il numero degli abbonati, più sarebbero aumentate le vendite di apparecchi domestici.

Per questa ragione nella fase in cui i servizi della Rai «produssero» la prima ondata di telespettatori alle imprese si fece pagare una imposta di fabbricazione destinata a contribuire ai costi sostenuti dalla Rai. Nel 1958, anno in cui raggiunse il suo livello più alto (1,7 miliardi), tale contributo coprì quasi il 5% del suo bilancio.

Per favorire lo sviluppo delle imprese che producono televisori in Italia fu però necessario, soprattutto nella prima fase di espansione della televisione, porre barriere doganali destinate a proteggere le imprese nazionali dalla concorrenza straniera. Scrisse Gismondi (Gismondi, 1964): «Gli apparecchi di fabbricazione americana e tedesca, migliori da un punto di vista tecnico (...) venivano venduti a prezzi superiori a quello delle case italiane, nonostante che il prezzo nei paesi d'origine fosse di molto più basso». Il risultato è che un televisore in Italia costava allora più del doppio che nei principali paesi stranieri (tra 150 e 200 mila lire). Da ciò dipese in buona parte la lentezza con cui la televisione entrò nelle case degli italiani, soprattutto nei primi anni.

Ci sarebbero voluti infatti dieci anni per superare la soglia del 50% di famiglie televisive: secondo le stime Doxa dell'epoca, nel 1964 le famiglie che avevano almeno un televisore erano il 48% e divennero il 55% nell'anno successivo. Nonostante la grande

novità che la televisione rappresentava per l'accesso alle informazioni, allo spettacolo e per l'intrattenimento domestico, la larga maggioranza delle famiglie italiane all'inizio non poteva permettersi l'acquisto di un televisore. Solo alla fine degli anni '50, con i primi anni del boom economico, il miglioramento delle condizioni di vita di una parte non marginale delle famiglie e il loro passaggio a uno stile di vita più moderno, la televisione divenne un bene raggiungibile da un numero sempre più ampio di persone.

Tab. 1 - Sviluppo degli abbonamenti televisivi in Italia

Anno	Num. abbonati	Incremento
1954	88	88
1956	366	278
1958	1.096	730
1960	2.123	1.027
1962	3.457	1.334
1965	5.215	1.758

Fonte: arrotondamenti su Bilanci Rai

Ad accelerare la penetrazione televisiva nelle case contribuì, all'inizio degli anni '60, oltre all'effetto del boom economico, la nascita del secondo canale televisivo. Questo ebbe un doppio effetto sull'industria dei televisori: da una parte rese più attraente il servizio televisivo aumentando la motivazione dei potenziali acquirenti, dall'altra impose a chi aveva già la televisione o di integrarla o di sostituirla. L'accesso al secondo canale anticipò quello che sarebbe successo con la televisione a colori e, nei tempi recenti, con quella digitale. Era infatti possibile a due condizioni: cambiare il televisore e comprare un modello più recente tecnicamente aggiornato per ricevere anche il secondo canale, oppure adattare il vecchio televisore con l'applicazione di un terminale piuttosto costoso.

Alla fine del 1961 si poteva leggere sul giornale della Confindustria «24 ore»: «Nel campo della radio e della televisione la congiuntura favorevole ha incoraggiato lo sviluppo delle industrie esistenti e la trasformazione da artigianale a industriale di alcune imprese» (22/12/1961). L'ipotesi del forte impatto del servizio radiotelevisivo sul mondo industriale va però ridimensionata considerando il fatto che il comparto dell'industria elettromeccanica dell'epoca era costituito da oltre 1.200 aziende, ma l'indice di concentrazione del settore era molto elevato: quasi il 70% degli occupati era concentrata in 20 grandi imprese.

Non solo, secondo un attento osservatore dell'epoca, si trattava di imprese che avevano tra loro legami a vari livelli e tali da poter configurare un vero e proprio trust (Gismondi, 1964). L'indizio utilizzato a sostegno di questa affermazione è la composizione dei consigli di amministrazione. In quelli di alcune delle imprese più importanti del settore compaiono gli stessi nomi: è il caso della Fiat, gruppo industriale leader nazionale con attività produttive e finanziarie molteplici, della Magneti Marelli, della Ercole Marelli, della Fivre, della Cge (Gismondi, 1964). La struttura del settore permise di ottenere condizioni favorevoli da parte del Governo, tra queste le barriere protettive in una prima fase favorirono la crescita e il consolidamento di molte imprese, ma non abbastanza per farle diventare dei protagonisti del mercato internazionale capaci di confrontarsi con l'olandese Philips, la tedesca Telefunken e la francese Thompson.

*T*elevisione
e industria
cinematografica

Il rapporto tra televisione e cinema presenta una molteplicità di aspetti che hanno caratteristiche non solo economiche, ma anche culturali e sociali. Gli aspetti che qui c'interessano riguardano il modo in cui lo sviluppo della televisione ha inciso sull'industria cinematografica e, soprattutto, la separazione che per lungo tempo c'è stata tra i due settori di una stessa attività produttiva che è quella audiovisiva. Quest'ultimo è un aspetto particolarmente rilevante perché contribuisce a spiegare la debolezza dell'industria audiovisiva italiana che, in una fase successiva, con la nascita delle televisioni private, non è stata in grado di rispondere alla domanda crescente di prodotti con conseguenze che vedremo.

Se si osservano i dati relativi al consumo del cinema nelle sale la constatazione immediata è che ci fu una netta inversione di tendenza in coincidenza con il decollo delle trasmissioni televisive. Nel 1956, quando la televisione, dopo quasi tre anni di vita, aveva 366 mila abbonati, il cinema vide diminuire per la prima volta nel dopoguerra il numero di biglietti venduti.

Tab. 2 - Inversione di tendenza delle sale cinematografiche in Italia

Anno	Biglietti venduti (mln)
1951	705,7
1954	800,7
1955	819,4
1956	790,1
1969	744,8

Fonte: Annuari Istat

A prima vista sembrerebbe impossibile che una piccola percentuale di famiglie abbonate fosse in grado di determinare un abbassamento sensibile dell'afflusso al cinematografo. In realtà, nei primi anni della televisione, non era però necessario avere in casa il televisore per vedere i programmi. Chi non l'aveva spesso li vedeva altrove. Dai primi rilevamenti campionari sul consumo televisivo realizzati nella primavera del 1955 risulta infatti che i telespettatori dotati di un televisore domestico (gli abbonati) fossero 400 mila, quelli che guardavano la televisione in casa d'altri (parenti, amici, ecc.) fossero 800 mila e quelli che la guardavano in locali pubblici oltre 3 milioni (Rai, 1956). Si tratta quindi di oltre 4 milioni di persone che, già nel primo anno di attività della televisione, trovarono una forma alternativa, più o meno abituale, allo spettacolo cinematografico nelle sale. Ma a metà degli anni '50 altri elementi concorsero a determinare questa inversione di tendenza del consumo cinematografico. Il primo è il raggiungimento, secondo vari osservatori dell'epoca, di un punto

di saturazione per ragioni economiche, di tempo e di accessibilità di sale. A questo si aggiunse un sensibile aumento del prezzo medio del biglietto. Il terzo riguardò l'aumento del numero di comuni privi di sala cinematografica che passarono da 2.339 nel 1957 a 2.586 nel 1961, un trend che sarebbe continuato per alcuni decenni, legato oltre che alla riduzione dell'afflusso cinematografico, al tasso crescente di motorizzazione delle famiglie che penalizzava i cinematografi nei centri minori, ad altri fattori ancora.

La crisi del cinema in concomitanza con lo sviluppo della televisione è un fenomeno che, con caratteri diversi da caso a caso, si ritrova in molti altri paesi ed è ovunque legato al fatto che la televisione offrì un'alternativa più comoda e più economica alla sala cinematografica anche se ciò avvenne sulla base di contenuti prevalentemente diversi (Ortoleva, 1999). Infatti in alcuni paesi i produttori cinematografici, almeno in una prima fase, si rifiutarono di vendere i diritti dei loro film alla concorrenza televisiva, in altri l'uso dei film nella programmazione televisiva venne contingentato o vincolato a regole intese a proteggere le sale cinematografiche. Solo in pochi casi, tra cui l'esempio virtuoso è quello degli Stati Uniti, l'industria cinematografica trovò il modo di trasformarsi da nemico della televisione a suo fornitore (Cucco, 2010). Mentre in altri, prevalentemente in quelli europei, ciò non avvenne, almeno per un lungo periodo. Si tratta di un aspetto da approfondire almeno nelle sue componenti essenziali, dal momento che permette di individuare con maggior precisione le cause della debolezza dell'industria audiovisiva italiana, e, più in generale, europea rispetto a quella nordamericana. Da anni l'Unione Europea e i singoli Stati membri hanno infatti allestito varie forme di intervento per attenuare, se non risolvere, tale debolezza, ma i risultati raggiunti sono ancora lontani da quelli attesi.

L'Italia è uno dei casi in cui la causa principale della mancata saldatura tra industria cinematografica e industria televisiva si può individuare nel monopolio televisivo e nell'eccessiva enfasi con cui si è attribuito alla Rai il ruolo di maggior industria culturale del paese.

Il fatto di identificare come essenza del servizio pubblico la sua funzione pedagogica e di promozione culturale ha provocato nella Rai lo spostamento del baricentro dall'attività di programmazione a quella di produzione dei contenuti audiovisivi. A lei è stato affidato il compito non di promuovere, stimolare, orientare i produttori audiovisivi esterni diventando un loro cliente, ma di sostituirsi a loro nel concepire e realizzare i contenuti audiovisivi corrispondenti alle esigenze del servizio pubblico. Contenuti considerati talmente particolari da non poterli affidare ai produttori indipendenti e rinunciare così ad avviare una dinamica domanda-offerta, fornitore-cliente. Ciò che avrebbe potuto fare della Rai, come era già successo per l'industria radioelettrica, un grande volano per l'industria audiovisiva e cinematografica nazionale aiutandola a diventare più robusta e intraprendente e così poter aspirare anche a una presenza stabile nel mercato internazionale.

È vero che tale dinamica è normalmente estranea allo spirito monopolista, ma trattandosi di impresa pubblica, una Rai più lungimirante avrebbe potuto svolgere anche questo ruolo. Invece la Rai ha sfruttato il vantaggio di essere monopolista e di avere le risorse garantite dal canone e dalla pubblicità per comportarsi in modo sostanzialmente autarchico o comunque per annullare qualsiasi vincolo o dipendenza dal mercato dei programmi, dalla produzione esterna, dagli acquisti. Una situazione che con la fine del monopolio si ribaltò e che avrebbe visto la Rai obbligata a cercare prodotti nel mercato internazionale in concorrenza con le televisioni private (Balassone e Guglielmi, 1983). D'altra parte la possibilità che il servizio televisivo pubblico potesse svolgere la funzione di volano della produzione audiovisiva indipendente fu dimostrata nei successivi anni '80 dal modello del canale pubblico inglese «Channel 4», la cui attività era concentrata nella funzione di programmazione, mentre la funzione di produzione venne affidata deliberatamente all'esterno con l'obiettivo di rafforzare l'industria audiovisiva nazionale. Ma prima dell'esperienza inglese di «Channel 4», in Italia questo tipo di problema era stato sollevato nel documento elaborato da De Rita, Martinoli e Bruno, i tre esperti che, scelti per le loro rilevanti esperienze manageriali,

erano stati incaricati dalla Direzione generale della Rai di disegnare le linee di riorganizzazione dell'azienda.

L'attenta analisi tracciata nel libro di Enzo Scotto Lavina, osservatore dotato di una particolare competenza sul tema della Rai, mette in chiaro la divergenza tra le proposte degli esperti e quelle dell'associazione dei programmisti televisivi, organizzazione professionale interna alla Rai dotata di un forte potere sindacale. I primi consideravano la Rai come un'impresa articolata che produceva anche programmi, mentre i secondi consideravano la Rai come servizio pubblico che ideava, produceva e trasmette programmi (Scotto Lavina in corso di pubblicazione).

In realtà la visione dei programmisti che volevano la stretta integrazione all'interno della Rai delle fasi di ideazione-produzione e trasmissione fu quella che prevalse nella legge di riforma del servizio pubblico radiotelevisivo del 1975 e fu anche quella che consolidò il forte spirito autarchico della Rai in modo del tutto anacronistico rispetto ai tempi che stavano maturando e che avrebbero portato ben presto alla fine del monopolio e alla conseguenze per il mercato audiovisivo italiano di cui parleremo in seguito (Scotto Lavina in corso di pubblicazione).

Ciò non vuol dire che la Rai fin dai suoi primi passi non avesse affidato una parte della sua programmazione a prodotti acquistati sul mercato. Già nei palinsesti dei primi anni troviamo infatti film nazionali ed esteri, serie televisive, documentari ed altro ancora. Un esempio che ben rappresenta la situazione d'allora: nel 1960 film e telefilm occuparono il 6,5% della programmazione televisiva totale. I film trasmessi furono 97, dei quali 27 di produzione italiana, e 104 telefilm in larga parte di origine nord americana. Ricorrere agli acquisti per la Rai non era però una necessità, ma era una scelta che rispondeva soprattutto all'esigenza di diversificare i generi, i linguaggi, le fonti e, nel caso specifico dei film e dei documentari, all'intento di offrire prodotti considerati di alto valore artistico e culturale. L'idea di sviluppare una domanda nei confronti dei produttori indipendenti italiani tesa a vivacizzare l'industria audiovisiva nazionale invece non rappresentò, in tutto il periodo del monopolio televisivo, un obiettivo strategico.

Ma la responsabilità della mancata saldatura dell'industria televisiva e di quella cinematografica non si può addossare solo alla Rai. Anche sull'altro fronte ci sono state responsabilità di vario tipo. Forse la categoria che aveva meno mezzi per reagire alla concorrenza della televisione era quella degli esercenti delle sale cinematografiche. Anche in Italia la loro risposta in vari casi fu quella di rendere da una parte le proiezioni più spettacolari e attraenti ampliando le dimensioni dello schermo e migliorando la riproduzione sonora, dall'altra si trattò di rendere la sala cinematografica più accogliente sia dal punto di vista dell'arredo che da quello dei servizi offerti. Tutte iniziative che forse riuscirono a rallentare il trend negativo senza però invertirlo. L'altra categoria importante, i produttori, in Italia come in altri paesi europei, dal punto di vista imprenditoriale non avevano mai dimostrato, se non in casi eccezionali, grande intraprendenza. Lavoravano da lungo tempo sotto la protezione degli aiuti di Stato che riducevano i loro rischi ed erano quindi poco stimolati ad affrontare nuove sfide produttive, o di entrare in nuovi mercati, e neppure di trovare nuove forme e contenuti audiovisivi eventualmente più adatti al mezzo televisivo, come per esempio i vari tipi di prodotti seriali.

L'industria cinematografica per entrare nel mercato televisivo avrebbe dovuto affrontare un certo grado di riconversione necessario a concepire i contenuti audiovisivi in termini profondamente diversi da come erano considerati quelli del cinema. I primi erano prodotti destinati a un pubblico di massa, di cultura medio-bassa, offerti a telespettatori poco selettivi e spesso disattenti o distratti. I film erano invece considerati come un prodotto che doveva essere valutato prima di tutto per la loro qualità che per la loro popolarità. Per il mondo del cinema, dai produttori ai registi fino agli attori e ai critici, i film erano cultura e arte mentre la televisione era informazione e intrattenimento, andare al cinema era un evento mentre guardare la televisione era una routine quotidiana. La televisione non era vista come un potenziale cliente, ma come un concorrente sleale perché poteva far leva sulla comodità e il basso costo del consumo domestico, non sulla qualità dei contenuti.

*Il cinema
nella torre d'avorio*

In qualche caso i registi cinematografici si rivolgevano alla Rai per realizzare un prodotto sperimentale, magari altamente creativo, pur sapendo che con buone probabilità sarebbe finito in un cassetto perché improponibile al pubblico televisivo.

Per i professionisti del cinema, registi, attori, sceneggiatori, lavorare per la televisione non era un'aspirazione artistica, o la strada per il successo, e neppure il luogo dove realizzare un prodotto d'autore. Era molto più qualificante lavorare eventualmente per il teatro che per la televisione.

La separazione tra i due settori portanti dell'industria audiovisiva, cinema e televisione, ha lasciato l'industria cinematografica in una situazione di costante precarietà finanziaria e, alla fine del monopolio, nell'incapacità di far fronte, almeno in parte, alla crescita della domanda di contenuti audiovisivi che ha seguito lo sviluppo dei canali televisivi privati e che nella prima fase ebbe un carattere esponenziale.

Tab. 3 - Numero di biglietti venduti nei cinematografi in Italia

Anno	Biglietti venduti (mln.)
1975	514
1976	454
1977	374
1978	319
1979	276
1980	242

Fonte: arrotondamenti su dati Siae

Il cinema infatti è riuscito ad andare avanti, nonostante il progressivo declino dei biglietti venduti, affidandosi all'aumento del prezzo di entrata e agli aiuti pubblici, ma lo sviluppo della televisione a colori e contemporaneamente della televisione privata che hanno moltiplicato la trasmissione di film, ha aggravato pesantemente la situazione delle sale cinematografiche.

Il consumo di film sullo schermo televisivo è notevolmente aumentato mentre le sale cinematografiche continuavano a svuotarsi.

A metà degli anni '50 ogni italiano andava al cinema in media 14 volte all'anno, 8 volte a metà degli anni '70 e 4 volte all'inizio degli anni '80. In compenso l'industria del cinema ha vissuto, negli anni successivi, sostituendo progressivamente le risorse che una volta provenivano dalla distribuzione cinematografica con quelle che provenivano dalla vendita dei diritti per la diffusione televisiva in chiaro e a pagamento e per la distribuzione home video che sono diventate le sue fonti economiche principali.

Per la televisione gli effetti della mancata saldatura tra industria cinematografica e televisiva si sono fatti sentire pesantemente solo dopo la fine del monopolio televisivo. La televisione sia pubblica che privata, ma soprattutto quest'ultima, ha dovuto infatti ricorrere sempre di più al mercato estero per alimentare la programmazione. La debolezza delle capacità produttive nazionali insieme alla maggior competitività dei prodotti internazionali nei primi anni '80 ha trasformato l'Italia nel maggior importatore di contenuti televisivi oltre che dagli Stati Uniti, dal Brasile e dal Giappone. La forte dipendenza della televisione italiana dall'estero che riguardava soprattutto, ma non solo, i canali privati, si sarebbe allentata in parte nel corso degli anni '90 in seguito a nuove regole e nuovi supporti pubblici messi a punto su scala europea.

Le vicende istituzionali che in un breve giro di tempo crearono i presupposti per una trasformazione radicale del sistema televisivo italiano sono largamente note. Qui è utile ricordare solo i passaggi essenziali: la sentenza della Corte Costituzionale 224/1974 liberalizzò le trasmissioni televisive via cavo su scala locale e confermò la riserva allo Stato delle trasmissioni televisive su scala nazionale; la legge 103/1975 riformò il servizio pubblico televisivo e riconfermò il monopolio della Rai sulle trasmissioni via etere terrestri locali e nazionali; la sentenza della Corte Costituzionale 202/1976 liberalizzò le trasmissioni televisive via etere su scala locale e riconfermò il monopolio pubblico su quelle nazionali.

Questi tre momenti cambiarono la televisione italiana ben oltre quanto si potesse prevedere al momento della loro entrata in vigore e nessuno allora avrebbe desiderato che lo sbocco finale fosse

*T*elevisione
e distribuzione
commerciale

il duopolio televisivo pubblico-privato che ha caratterizzato per per lungo tempo l'Italia negli anni successivi e che ha rappresentato un assetto del sistema televisivo totalmente anomalo rispetto al resto d'Europa.

La riconfigurazione televisiva seguita alle vicende istituzionali ricordate sopra ha avuto due caposaldi. Uno è il mancato completamento degli interventi istituzionali dovuti al fatto che vari governi nazionali succedutisi, fino all'inizio degli anni '90, non furono capaci di definire una legge di regolamentazione del settore rinnovato così profondamente dagli interventi della Corte Costituzionale. Dal momento della liberalizzazione in poi, per lungo tempo le linee di sviluppo del nuovo ciclo televisivo non furono più dettate dalla politica, ma dall'economia. Ed ecco il secondo caposaldo: il profondo cambiamento in atto nella distribuzione commerciale dei prodotti di largo consumo che orientò la messa in forma delle televisioni private, generò le risorse necessarie a sostenere il loro sviluppo e sostanzialmente definì il comportamento dei nuovi attori privati con cui la Rai dovette misurarsi, cambiando in larga parte la sua fisionomia e il suo comportamento.

L'elemento centrale che segnò il nuovo modello televisivo duopolistico fu il ruolo assunto dalla pubblicità come principale risorsa economica del sistema.

Gli investimenti pubblicitari sui canali televisivi dal 1976, anno in cui finisce il monopolio pubblico al 1984, anno in cui si stabilizza il duopolio televisivo pubblico-privato, passarono da 73 a 1.485 miliardi. Furono anni di inflazione a due cifre, ma possiamo rilevare l'effettiva crescita della pubblicità in termini reali osservando come il suo peso rispetto al Pil passasse allora dallo 0,3% allo 0,5%. Nello stesso periodo la pubblicità televisiva rappresentò la parte più dinamica del comparto passando dal 21% al 47% degli investimenti pubblicitari totali e da 19.400 comunicati pubblicitari a 46.500. Tra il 1984 e il 1990 gli investimenti pubblicitari destinati alla televisione continuarono a crescere a un ritmo mai visto prima e che d'allora a tutt'oggi non si sarebbe più ripetuto. Secondo le stime più accreditate la crescita media annua in termini reali superò infatti il 10%.

L'incremento del gettito pubblicitario non riguardò solo le televisioni private, ma anche la Rai se ne avvantaggiò. La pubblicità diventò così una risorsa sempre più importante per il finanziamento del «servizio pubblico».

Tab. 4 - Quota percentuale del bilancio della Rai

Anno	Canone	Pubblicità
1977	73%	27%
1980	70%	30%
1984	60%	40%

Fonte: De Vescovi, 1986

Ma il peso accresciuto della pubblicità nel bilancio della Rai influenzò, giorno dopo giorno, il modello di programmazione. Più aumentava la pubblicità più la programmazione era condizionata dall'obiettivo di aumentare la propria audience in competizione con i canali privati. Negli anni successivi la quota di finanziamento pubblicitario della Rai sarebbe continuata ad aumentare sia in valore assoluto che in percentuale, marcando sempre di più la programmazione della Rai e la sua stessa strategia aziendale. Nel 1984 il gettito pubblicitario destinato alla televisione era ripartito come indicato nella tabella seguente.

Tab. 5 - Ripartizione degli investimenti pubblicitari televisivi (1984)

Emittenti	Investimenti (mld.)	%
Tv Rai	446	30%
Tv private nazionali	897	60%
Tv private locali	130	9%
Tv estere	12	1%
Totale	1.485	100%

Fonte: arrotondamenti su dati Upa

Tra il 1975 e il 1984 il rapporto tra le due principali fonti di finanziamento del sistema televisivo italiano si ribaltò: il finanziamento pubblico passò dal 70% al 32% delle risorse totali, mentre gli investimenti pubblicitari passarono dal 30% al 68%. Ma il peso della pubblicità crebbe anche nel finanziamento della televisione pubblica passando nello stesso periodo dal 25% al 40% degli introiti totali.

La crescita degli investimenti pubblicitari televisivi, che come si è detto continuerà in modo molto consistente in tutto il corso degli anni '80 è legata sia a fattori interni al sistema televisivo sia a fattori più generali che riguardano la trasformazione del sistema commerciale e di quello dei consumi.

I fattori interni che spiegano il forte afflusso di investimenti pubblicitari verso la televisione riguardano innanzi tutto gli spazi pubblicitari nella programmazione della Rai che, nell'epoca del monopolio, erano totalmente inadeguati a soddisfare la domanda degli inserzionisti. Lo sviluppo della televisione privata creò spazi pubblicitari crescenti e la lunga lista d'attesa di chi non poteva accedere ai canali pubblici, soprattutto con la formazione delle reti nazionali private, si ridusse fino a scomparire. Inoltre i canali televisivi privati, sulla spinta della competizione, aumentarono progressivamente le ore di programmazione quotidiana, seguiti dalla Rai e, di conseguenza l'ulteriore aumento degli spazi destinati alla pubblicità (Balassone e Guglielmi, 1983). Le strategie di programmazione dei canali privati erano definite in base alla necessità di offrire la combinazione di programmi più adatta ad attrarre e trattenere l'attenzione della maggior quota possibile di telespettatori, di coinvolgere e fidelizzare il pubblico, ma anche di creare le condizioni più adatte a «colpire» i consumatori a cui gli annunci erano destinati. La Rai in quel periodo seguì la stessa linea, seppur con minor tenacia e abilità.

Cambiarono poi le modalità di vendita degli spazi televisivi da parte delle maggiori concessionarie di pubblicità, soprattutto Publitalia della Fininvest e, col tempo, anche Sipra della Rai. La Sipra, fin dalla sua nascita non aveva mai dovuto cercare gli inserzionisti dal momento che, come si è detto, l'offerta di spazi pubblicitari nella programmazione della Rai era storicamente

inferiore alla domanda. Vendere tali spazi non era quindi un'attività difficile, non richiedeva particolari competenze commerciali. Ma il rapido aumento degli spazi pubblicitari, la concorrenza tra i canali e l'approdo di nuovi imprenditori e prodotti al mondo del marketing e della pubblicità imposero un nuovo modo di vendere spazi pubblicitari e audience televisiva. Le concessionarie si organizzarono per attrarre con nuove tecniche di marketing i potenziali inserzionisti in fase di crescita grazie alla congiuntura economica favorevole, alla nascita di nuove marche e nuovi prodotti e, soprattutto, ai cambiamenti in atto nelle reti di distribuzione commerciale (Pilati e Richeri, 2000). Il fattore esterno che spiega in modo più diretto il crescente afflusso di investimenti pubblicitari sui media in generale e, soprattutto sulla televisione, fu lo sviluppo della grande distribuzione, delle grandi superfici commerciali in Italia. La creazione di nuovi supermarket e simili prese un ritmo sostenuto a partire dai primi anni '70 e registrò una forte accelerazione tra il 1975 e il 1984 quando il loro numero passò da 930 a 1.940 e la vendita di una parte crescente dei prodotti di largo consumo avvenne nelle loro strutture. Alla base del loro successo c'era l'uso di superfici di esposizione molto estese e ben attrezzate, l'offerta di un'ampia gamma di prodotti, la riduzione dei costi di gestione grazie a forti economie di scala, in particolare del personale, una maggior forza negoziale con i fornitori e i prezzi più bassi di quelli praticati dai piccoli esercizi commerciali tradizionali. Il loro successo si basava però su un nuovo atteggiamento da parte dei consumatori che, poco assistiti nel punto vendita, dovevano acquisire una maggior autonomia di scelta e una maggior conoscenza dei prodotti esposti. In sintesi i consumatori che frequentavano le grandi superfici commerciali dovevano migliorare le loro competenze tradizionali per poterne sfruttare i vantaggi e per esercitare le scelte più adatte alle loro esigenze e i loro gusti. In questa trasformazione la marca di ciascun prodotto diventava lo strumento che permetteva al consumatore di orientarsi tra gli spazi espositivi e di selezionare i suoi acquisti. La marca rappresentava il contenuto del prodotto associato e le sue caratteristiche materiali e immateriali. La televisione divenne allora il mezzo indispensabile per formare i consu-

matori, per rendere nota la marca di un prodotto e fissarla nella loro mente insieme ai caratteri del prodotto che rappresenta. La pubblicità è lo strumento più adatto per svolgere quest'azione di «pedagogia del consumatore», la televisione è il mezzo più potente e capillare per raggiungere l'obiettivo su grande scala, in tempi rapidi.

Anche questo rappresenta un «servizio pubblico», dal momento che risponde a una esigenza del pubblico-consumatore, ma la logica è radicalmente diversa da quella del «servizio pubblico» della Rai monopolista. Da una logica centrata totalmente sugli aspetti politici e culturali si passa a una logica in cui anche gli aspetti economici e commerciali diventano centrali.

Di fatto negli anni '80 intorno alla pubblicità si realizzò un duplice movimento: da un lato la vendita della pubblicità televisiva si strutturò per la prima volta come un mercato e definì formati di prodotto, norme commerciali, accordi contrattuali. Dall'altro lato i principali operatori privati inventarono nuove modalità di produzione dell'audience e della sua offerta agli inserzionisti, aumentando il grado di elaborazione della «merce» e il suo valore aggiunto. Nei primi anni la Rai ebbe difficoltà ad entrare in questa logica competitiva, le mancavano le competenze e la sua struttura organizzativa non favoriva il cambiamento. Forse ciò dipendeva anche dalla crisi d'identità e di legittimità che la nuova situazione competitiva le provocò.

Mentre la Rai «elaborava il lutto» provocato dalla perdita del monopolio televisivo Fininvest riuscì a prevalere sui suoi concorrenti privati e, dopo aver assorbito le loro reti televisive, fu in grado di fronteggiare la Rai «ad armi pari». La sua maggior competenza rispetto all'ex-monopolista nel configurare il prodotto finale secondo le esigenze degli inserzionisti e anche secondo quelle delle fasce più popolari del pubblico televisivo trasformò Fininvest, per un certo periodo, nell'impresa innovatrice che la Rai doveva seguire per arginare, almeno in parte, le sue perdite di audience (Balbi e Prario, 2010).

Fu necessario sviluppare una maggior attenzione per il cliente: la concessionaria che vendeva gli spazi pubblicitari cercava di porsi come consulente dell'inserzionista, di far propri i suoi obiettivi, di

fornire un assortimento di telespettatori più vicino possibile al target di consumatori richiesto, in qualche caso di dividerne i rischi (le audience garantite, i prezzi commisurati agli andamenti delle vendite) assumendo però in cambio le decisioni sulla pianificazione della campagna pubblicitaria. Crebbe la capacità di usare la programmazione per costruire una sempre più accurata segmentazione delle audience distribuite sull'arco di quasi tutta la giornata (prima venne conquistato il pomeriggio che nella tradizione Rai era una riserva per i ragazzi, poi l'ora di pranzo, infine la mattina) sia differenziando i palinsesti. Si allargò la gamma dei formati pubblicitari offerti sul mercato: accanto alla formula classica degli spot raccolti in spazi compatti che interrompevano la programmazione, comparvero le sponsorizzazioni che si inserirono sempre più nel corpo del programma, le telepromozioni, i coinvolgimenti dei conduttori nella comunicazione pubblicitaria. Su questa linea si manifestò una progressiva erosione del confine che separava il contenuto degli annunci pubblicitari dal resto della programmazione in modo da trasferire su quest'ultimi la fiducia che normalmente i telespettatori concedono ai programmi televisivi. Si interveniva anche sul negoziato commerciale rendendolo più fluido e flessibile. Se la rete offriva all'inserzionista un servizio su misura, ogni vendita di spazi pubblicitari poteva diventare una trattativa a sé: nacquero allora gli sconti personalizzati, gli incentivi, le formule 1+1 (uno spot gratis per ogni spot pagato; in qualche caso c'è anche l'1+2 o l'1+3), i pagamenti degli spazi pubblicitari in cambio merci (Pilati e Richeri, 2000). Si trattò di una serie di innovazioni portate nel sistema televisivo italiano dalle imprese private e, soprattutto da Publitalia e Fininvest, e fino a quel momento inesistenti nel resto d'Europa. Gli effetti dell'innovazione commerciale si fecero sentire sia sul sistema televisivo, che vide affluire una crescente quantità di risorse pubblicitarie, sia sul mondo delle imprese. In una prima fase si realizzò un forte aumento del numero di aziende che investivano in pubblicità televisiva: nel 1978 gli inserzionisti erano 4.525 di cui più di metà (2.379 pari al 52,5%) con investimenti inferiori ai 10 milioni di lire; nel 1982, dopo i primi quattro anni di sviluppo nazionale dei canali privati, sono 10.536 (+133%).

Dopo appena tre anni di vita da sola Publitalia, la concessionaria Fininvest, sfiorava i 1.500 clienti. «Da scelta elitaria, diffusa solo in aziende dove si è accumulata una solida competenza di marketing, la pubblicità si dissemina nel tessuto economico, diventa uno strumento comune nelle più diverse realtà produttive, recupera alla comunicazione risorse in precedenza destinate al trade o alla rete di vendita. Si dissolve il club ristretto dei clienti Sipra, premiati dopo lunghe file d'attesa e pazienti prove di fedeltà, si forma una gamma sempre più ampia e diversificata di marche» (Pilati e Richeri, 2000).

*T*elevisione
e industria
audiovisiva

Il ruolo centrale assunto dalla pubblicità, nella prima metà degli anni '80 impose un cambiamento della logica con cui si costruiva la programmazione e si selezionavano i suoi ingredienti. Produrre audience significava passare dalla logica dell'offerta, quella che aveva dominato l'epoca del monopolio televisivo, alla logica della domanda che doveva assecondare i desideri e i gusti del pubblico televisivo. Nella programmazione dei canali privati, ma progressivamente anche in quelli della Rai, l'offerta di programmi d'intrattenimento e la fiction televisiva occupava posizioni sempre più centrali. Sono gli anni in cui l'Italia divenne uno dei maggiori importatori di prodotti audiovisivi dall'estero. Soprattutto dagli Stati Uniti per i film e le serie televisive, ma anche da Brasile e Messico per le «telenovelas», e dal Giappone per i cartoni animati. Si trattava di prodotti che erano realizzati in serie e che erano già stati sfruttati e remunerati, completamente o in larga parte nei mercati d'origine. Gli acquirenti italiani potevano quindi comprarli a prezzi molto inferiori ai loro costi di produzione: l'episodio di una serie televisiva americana di buona qualità nei primi anni '80 aveva un costo di produzione di un milione di dollari e i diritti per trasmetterlo in Italia erano venduti a 50 mila dollari. I programmi importati soprattutto da questi paesi permisero di riempire i palinsesti con programmi a basso costo, attraenti, già sperimentati, visibili e valutabili prima di acquistarli. La concorrenza spinse i canali televisivi, come si è detto, ad aumentare progressivamente il numero di ore di trasmissione quotidiane e a sfruttare i contenuti più attraenti e costosi nelle

ore di massimo ascolto. Il mercato italiano, dopo un breve periodo in cui si sfruttarono i magazzini dei distributori cinematografici fino agli ultimi titoli, non fu in grado di offrire contenuti televisivi nuovi, attraenti e a basso costo. La nuova logica dei canali non poteva però aspettare che i produttori indipendenti nazionali aggiornassero le loro competenze, adeguando le loro capacità per rispondere alle esigenze del mercato. Il ricorso ai prodotti esteri fu quindi inevitabile e ad offrire una gamma più vasta di prodotti e a migliori condizioni furono i grandi paesi fuori dall'Europa, che invece subì quasi ovunque gli effetti negativi dell'autarchia televisiva.

Il confronto sempre più acceso tra Rai e Fininvest incise però anche sui prezzi d'acquisto dei prodotti esteri più attraenti che crebbero rapidamente. Basta ricordare cosa successe in quel periodo alla Rai. Dal luglio '83 al giugno '84 l'aumento del prezzo che la Rai pagava per i diritti di sfruttamento dei prodotti delle principali società hollywoodiane (ma le tariffe pagate dalla Fininvest sono dello stesso ordine) fu del 20% e il prezzo aumentò ancora a una media del 20% nei semestri successivi. A partire dalla metà del 1984 i diritti per ritrasmettere un film (2 volte nell'arco di 4 anni) crebbero a 58 mila dollari e i diritti per un telefilm erano compresi tra 7 e 14 mila dollari (De Vescovi, 1986). Ricordando che tra il 1983 e il 1985 il cambio del dollaro passò da 1.358 a 1.936 lire si può avere il segno di quanto, nei primi anni della concorrenza Rai-Fininvest, i costi medi dei programmi d'importazione più ricercati lievitarono avvicinandosi sempre più ai costi di produzione nazionali. Allora si produceva in Italia poca fiction televisiva, ma molti spettacoli d'intrattenimento come «Premiatissima» che costava oltre 350 milioni, «Superflash», circa 100-150 milioni a puntata, e «Drive-in» circa 130 milioni.

A metà degli anni '80 Rai e Fininvest investivano per la programmazione annuale dei loro canali in media oltre 100 miliardi di lire (con l'eccezione di Rai 3 che ha a disposizione un budget molto più basso), ma una parte consistente di queste risorse invece di alimentare l'industria audiovisiva nazionale era destinata all'estero.

La competizione per la conquista dei telespettatori e il ruolo cen-

trale ormai assunto dalla pubblicità imposero che l'audience di ciascun canale in ogni fascia oraria e per ogni programma fosse misurato con la maggior precisione possibile. Dopo varie polemiche sulla distribuzione dei telespettatori tra le varie reti e la contestazione da parte degli uni o degli altri dei sistemi di rilevamento utilizzati, nel 1984 nacque Auditel, società a cui partecipavano i principali gruppi televisivi insieme ai rappresentanti degli inserzionisti e delle agenzie pubblicitarie.

Il suo compito era di misurare attraverso l'utilizzo di «tutti i metodi ritenuti utili e necessari e di sistemi elettronici» la quantità e la qualità dell'ascolto televisivo in Italia. Da questo momento i dati forniti da Auditel divennero la bussola utilizzata dai canali privati e pubblici per orientare le proprie scelte nella produzione, negli acquisti e nella programmazione.

*Un approccio
«a spirale»*

La letteratura sulla storia della televisione italiana oggi disponibile è abbastanza vasta e offre molti approcci, tra i quali due sembrano prevalere. Il primo, che si può chiamare «mediacentrico», osserva e spiega le vicende della televisione riferendosi principalmente, se non unicamente, alla televisione stessa: i programmi, i linguaggi, la pubblicità, il consumo e altro. Il secondo, che si può chiamare «deterministico», osserva e spiega i fatti della televisione guardando la società e considerando la televisione come un'attività che secondo i casi determina o è determinata, con vari gradi di influenza, dalla vita politica, socio-culturale, economica del paese: è la politica che decide come dev'essere la televisione e cosa deve fare, oppure è la televisione che «determina» le scelte politiche, gli stili di vita e di consumo delle persone. Entrambi gli approcci hanno dato risultati molto utili alla comprensione della televisione e della sua storia, ma talvolta hanno forse proposto semplificazioni, forzature o distorsioni interpretative, altre volte hanno descritto solo il «come» di certi fenomeni senza spiegarne il «perché». È possibile però anche un terzo tipo di approccio, che aiuta a superare i limiti dei primi due per offrire interpretazioni da un punto di vista più generale. Si tratta di un approccio che possiamo chiamare «a spirale», che analizza i continui e reciproci rimandi tra la televisione e il suo contesto.

Un esempio già illustrato riguarda il caso in cui la politica decise che la Rai dovesse funzionare da volano per l'industria radio-elettrica nazionale e per favorirne lo sviluppo impose barriere doganali per proteggere la produzione italiana dai concorrenti stranieri, ma nello stesso tempo impose all'industria elettromeccanica di contribuire allo sviluppo della televisione con un'imposta di fabbricazione. Le due misure determinarono un prezzo dei televisori sensibilmente più alto di quanto sarebbe stato; a sua volta, ciò rallentò la penetrazione della televisione nelle famiglie italiane e delle funzioni socioculturali attribuite al servizio pubblico.

Un altro esempio di approccio «a spirale» che si è indicato nelle pagine precedenti considera il fatto che la televisione nacque per svolgere una funzione «pedagogica» nei confronti della società italiana (informare, educare, divertire). Non si considerò allora che il suo sviluppo avrebbe potuto determinare effetti sostitutivi rispetto al consumo cinematografico, teatrale o di altre forme di spettacolo dal vivo che fino a quel momento avevano soddisfatto, soprattutto il cinema, una forma molto popolare di intrattenimento e di consumo culturale. Di fatto, il suo impatto ha cambiato progressivamente i contenuti e le forme dei consumi culturali e d'intrattenimento dei telespettatori, indebolendo settori dell'industria culturale pre-esistenti.

A differenza di quanto accaduto nel caso delle industrie elettromeccaniche, la televisione non è stata considerata come un volano potenziale per l'industria cinematografica. Né da una parte né dall'altra si sono elaborate strategie di cooperazione e la televisione per lungo tempo ha concorso a produrre un permanente stato di difficoltà dell'industria cinematografica nazionale. Solo con le trasformazioni del sistema televisivo degli anni '80 si è potuto valutare pienamente quanto la debolezza dell'industria cinematografica e più in generale audiovisiva italiana abbia orientato la programmazione dei maggiori canali televisivi privati e, in parte anche pubblici, verso le industrie audiovisive di altri paesi. Oltre ai danni economici che tale situazione ha prodotto per la bilancia dei pagamenti, sicuramente essa ha provocato una sovraesposizione del pubblico televisivo italiano a

contenuti socioculturali estranei o comunque lontani dalla cultura nazionale: arti marziali giapponesi, relazioni sociali e sentimentali del «sertao» brasiliano, stili di vita dei «ranch» texani o delle violente metropoli nord-americane.

Un terzo esempio fatto nelle pagine precedenti riguarda il radicale cambiamento del sistema televisivo italiano, in seguito alla fine del monopolio della Rai. Esso è stato descritto e interpretato varie volte individuando puntualmente la funzione e le responsabilità delle Istituzioni, della politica e delle imprese. Il fenomeno e i suoi caratteri nazionali possono però essere meglio interpretati guardando le trasformazioni avvenute nel contesto economico e commerciale che hanno indirizzato e sostenuto la nuova attività televisiva: dalle strategie di programmazione alla vendita della pubblicità, dai format televisivi all'analisi dell'audience. Senza mettere in evidenza questi aspetti è più difficile capire come la televisione e la sua storia siano il risultato delle interrelazioni tra le dinamiche economiche, televisive e socioculturali che hanno caratterizzato la storia italiana. A conclusione di queste pagine un'ultima osservazione: le tecnologie, che spesso sono indicate come elemento determinante della storia televisiva, in realtà, alla luce di quanto abbiamo osservato prima, assumono un ruolo secondario: è infatti il contesto politico, economico e socioculturale che mette in forma l'uso delle tecnologie, come dimostra il fatto che la televisione, pur basandosi sulla stessa tecnologia, assume caratteristiche nettamente distinte da paese a paese.

Riferimenti bibliografici

Balassone, S. e A. Guglielmi (1983), *Rai-Tv. L'autarchia impossibile*, Editori Riuniti, Roma

Balbi, G. e B. Prario (2010) *The History of Fininvest/Mediaset's Media Strategy: 30 Years of Politics, the Market, Technology and Italian Society*, in «Media, Culture and Society», vol. 32, n. 3, 391-409

Cesareo, G. (1970), *Anatomia del potere televisivo*, Angeli, Milano

Chiarenza, F. (1978), *Il cavallo morente*, Bompiani, Milano

- Cucco, M. (2010), *Major cinematografiche e network televisivi*, in «Studies in Communication Sciences», vol. 10, n. 1, 181-202
- De Vescovi, F. (2003), *Principi di economia della televisione*, Guerini e Associati, Milano
- Gismondi, A. (1964), *Il mondo con le antenne*, Roma
- Grandi, R. e G. Richeri (1977), *Le televisioni in Europa*, Feltrinelli, Milano
- Grasso, A. (1992), *Storia della televisione italiana*, Garzanti, Milano.
- Menduni, E. (1996), *La più amata dagli italiani. La tv tra politica e telecomunicazioni*, Il Mulino, Bologna
- Monteleone, F. (1996), *Storia della radio e della televisione*, Marsilio, Venezia
- Ortoleva, P. (1999), *Cinema e televisione*, in G. Brunetta (a cura di), «Storia del cinema mondiale», vol. I, Europa, Einaudi, Torino
- Ortoleva, P. (2008), *La televisione italiana 1974-2002*, in Castronovo, Tranfaglia (a cura di), «La stampa italiana nell'era della tv», Laterza, Bari
- Pilati, A. e G. Richeri (2000), *La fabbrica delle idee*, Baskerville, Bologna
- Rai (1952-1965), «Relazioni del Consiglio di Amministrazione agli azionisti», Rai Radiotelevisione Italiana, Roma
- Richeri, G. (2009), *I tre cicli della televisione italiana*, Utet, Torino
- Scotto Lavina, E. (2011), *Tra Sisifo e Nesso. Modelli e strutture editoriali del servizio pubblico televisivo 1954-2004*, Milano, Lampi di stampa

Alle origini del pubblico novecentesco

Lo spettatore cinematografico
nel dibattito italiano d'inizio secolo

di Silvio Alovizio

Gabriel Tarde racconta di come il giornalista Hugues Le Roux, a pranzo con un gruppo di anarchici parigini, fosse rimasto colpito dalla distanza che divideva questi uomini, tutti lavoratori con una cultura al di sopra della media, dalle celebri fotografie antropometriche del criminologo Alphonse Bertillon, divulgatrici di una rappresentazione del sovversivo plasmata dalla ferocia, dall'alcoolismo, dall'asimmetria facciale (Tarde, 1901, 220).

*A pranzo
con gli anarchici*

Il pranzo di Le Roux suggerisce metaforicamente una metodologia di osservazione empirica (l'incontro diretto con gli uomini della folla) solo parzialmente accolta da quegli studiosi (non soltanto lo stesso Tarde ma anche Sighele, Le Bon, Park, Pasquale Rossi e molti altri) che a cavallo tra Ottocento e Novecento elaborano riflessioni (e rappresentazioni) sui comportamenti collettivi. Proprio in quegli stessi anni, il cinematografo sta per imporsi sulla scena pubblica e nel nascente complesso massmediale del Novecento come uno degli elementi chiave della cultura moderna (Casetti, 2005): il nuovo medium prospetta, in breve tempo, una potenza d'impatto sul tessuto sociale capace di arricchire e

riarticolare il rapporto di continuità/innovazione che stava informando i cambiamenti tecnologici, comunicativi e culturali avviati nel secolo precedente.

La formazione di un pubblico specifico sempre più esteso e fidelizzato, in particolare, non rappresenta soltanto un passaggio decisivo per la trasformazione del cinema stesso in «istituzione» (Mosconi, 2006), ma è anche un processo che dialoga «orizzontalmente» con altri spazi mediatici, integrando elementi di forte e innovativa diversità con esperienze comunicative e spettacolari coeve o storicamente già attestate (Gaudreault, 2004). Contestualmente a questo processo materiale, il pubblico cinematografico delle origini, proprio come le folle (e gli anarchici...), diventa subito oggetto di rappresentazione, in un percorso plurale di riflessioni che lo costruisce come categoria «pensabile» e «assimilabile» dalle istituzioni e dal pubblico stesso (o almeno da una parte di esso).

La nascita di un pubblico cinematografico e il conseguente diffondersi di queste percezioni sociali dell'immagine del nuovo medium sono quindi fenomeni che non possono essere interamente compresi se collocati soltanto all'interno di una specifica storiografia del cinema: questo contributo nasce dalla convinzione che l'indagine sui processi «originari» di costruzione di una nuova esperienza massmediale, così come lo studio delle rappresentazioni socio-culturali che contestualmente provarono a interpretare (e spesso, come si vedrà, a disciplinare) questa stessa esperienza, possano offrire un contributo importante anche alla storiografia dei media, proprio perché si focalizzano, come si cercherà di dimostrare nelle prossime pagine, sulla genesi di un processo epocale, specifico ma al tempo stesso esemplare, di gestione del cambiamento del sistema massmediale e di contatto (variamente traumatico) con un «nuovo» a volte autentico e altre volte soltanto presunto o enfatizzato.

L'indagine sui fenomeni sociali di ricezione sono tuttavia problematiche, perché le fonti documentarie sull'identità empirica (e non discorsivo-teorica) degli spettatori sono esigue e incoerenti, con il rischio di condannare lo studio del pubblico delle origini a un destino chimerico (Kessler, 2000).

In Italia, in particolare, mancano, più che in altri paesi come gli Stati Uniti e la Germania (sociologicamente più sensibili al nuovo medium), inchieste d'epoca sul pubblico: un'eccezione parziale ma importante è data dall'ampia ricerca socio-demografica che il medico progressista Domenico Orano conduce, nel 1908, nel quartiere operaio romano del Testaccio. Pierre Sorlin ha recentemente contestato il luogo comune storiografico che il cinematografo sia stato in Italia, nei primi tempi, un divertimento per le classi popolari e disdegnato dal pubblico colto e borghese (Sorlin, 2009, 30-31). L'obiezione di Sorlin da un lato è condivisibile: gli operai italiani, nei primi anni del '900, avevano orari di lavoro così pesanti da rendere poco plausibile un investimento significativo del loro tempo libero nel cinema. Dall'altro lato, l'indagine di Orano dimostra come in certi settori della classe operaia si stesse consolidando, proprio nel primo decennio del nuovo secolo, il consumo cinematografico. «Il cinematografo è entrato nell'usanza popolare», osserva infatti Orano. «È incredibile il fascino della pellicola cinematografica, sia sopra l'operaio della sonante officina che sul contadino analfabeta (...). Una famiglia mi confessò candidamente che sei soldi alla settimana li metteva da parte per il cinematografo. Un'altra, più larga nel fissare le spese di lusso, aveva stabilito per lo stesso scopo due lire al mese» (Orano, 1912, 673, 675). La carenza di indizi diretti stimola la storiografia a orientarsi su territori più «arqueo-teorici», guardando alle fonti discorsive dell'epoca (stampa di settore, riviste culturali, scientifiche e religiose, quotidiani, narrativa, fonti legislative ecc.) che concorsero a diffondere certe immagini del pubblico, non provando quasi mai a «invitare a pranzo» gli spettatori che riempiono le sale, e preferendo invece la diffusione di «fotografie» scattate a distanza, spesso decisamente ritoccate.

Per restare al caso italiano, oggetto specifico di questo intervento, i discorsi sul pubblico sono prodotti soprattutto dalla Chiesa (Alovisio, Casetti, 2007) e dalla sfera pubblica borghese, animata da esponenti politici ma soprattutto dalla letteratura giuridica, pedagogica e scientifica, di matrice quasi sempre positivista. La popolarità del cinema è per queste voci un fattore di criticità che va non soltanto biasimato quanto descritto e problematizzato.

In alcune riflessioni sul nascente pubblico cinematografico si ritrova il fortunato nesso letterario tra folla e vita urbana, approfondito nei già ricordati studi di sociologia e psicologia collettiva. Nelle valutazioni di Orano, i problemi degli operai nascono dalle tentazioni che la città offre loro (non solo il cinema, ma anche l'osteria, il lotto, il teatro, il bordello ecc.), gravando sui già miseri bilanci delle famiglie. L'immagine della grande città tentatrice e iper-stimolante come causa di disagio sembra debitrice delle tesi di Max Nordau o di Tarde: secondo quest'ultimo, in particolare, le caotiche variazioni e le sempre più distraenti novità della vita urbana eserciteranno un'azione quasi magnetica sugli agglomerati spontanei che prendono corpo nelle città moderne, rendendo le folle metropolitane al tempo stesso sovraeccitate e succhiate (Tarde, 1901, 259). In estrema sintesi, per riprendere una distinzione che a cavallo tra Ottocento e Novecento ebbe particolare fortuna, l'uomo «nella» folla, il «flâneur», tende sempre di più a trasformarsi nell'uomo «della» folla, il «badaud».

Sembra essere proprio questo il destino dell'annoiato Gastone Fedi, protagonista di *Al cinematografo*, il primo romanzo italiano di argomento cinematografico. Mentre passeggia per la città interrogandosi su come occupare la serata, Fedi è risucchiato dalla folla dei marciapiedi, descritta dall'autore con accenti che evocano le moltitudini acefale e quasi demoniache di Le Bon: «La fiumana vivente (...) raccoglieva tutti gli affluenti delle vie laterali; affluenti torbidi di una vorticoso corrente, fosca viepiù. E, alle spalle, un'altra fiumana, non meno impetuosa e larga, seguiva il suo fatale andare. E la bolgia, il girone d'inferno, l'antro di Caco, la discesa *ad inferos* già si annunciava: coll'aumentarsi dei gorghi e delle onde del Maelstrom umano, coi suoi mille rumori, e colle seleniche luci delle centinaia di colossali lampade elettriche (...) Gastone Fedi si sentiva urtato, sospinto verso il fine ultimo, incontro al quale, eziandio, andava col lento piede dell'incosciente» (Fabbri, 1994, 11). Proprio quando la volontà di Fedi sembra abdicare all'indifferenziato della massa, per ridursi – tardianamente – all'imitazione inconsapevole dei movimenti vorticosi della folla, il suo sguardo si ferma sull'insegna di un cinematografo. Grazie all'imprevista emersione di questa soglia, insieme

Via
dalla
pazza folla

fisica e simbolica, Fedi si scolla dalla fiumana infernale, recuperando la sua individualità. Il pubblico cinematografico, sembra dirci l'autore, nasce dalla folla urbana ma poi se ne distingue. Oltre l'insegna luminosa si apre uno spazio che canalizza la fiumana collettiva e in cui sembra prossima a ri-atomizzarsi nei suoi elementi costitutivi, gli individui.

Fabbri è un piccolo intellettuale di settore che lavora attivamente per fondare un modello ideale del «buon spettatore» che rassicuri il pubblico borghese ancora restio ad affollare i cinematografi. È naturale, quindi, che il suo cinematografo sia frequentato da «persone dabbene in cerca di onesto divertimento» (Fabbri, 1994, 62-63). Se per la psicologia della folla la moltitudine abbassava il livello inibitorio delle personalità più elevate, nel pubblico immaginato da Fabbri accade il contrario: la contaminazione sociale tipica del cinema delle origini rafforza l'etichetta: «Una tra le tante virtù dell'ambiente cinematografico», scrive infatti Fabbri, «si è, appunto, di sopprimere il turpiloquio, l'intercalare triviale ed il gesto osceni in chi abitualmente vi si abbandona (...). Il contatto prossimo e alquanto prolungato con persone educate, sì di medio che di alto ceto, e di sesso prevalentemente gentile, impone e opera la moderazione e la convenienza» (Fabbri, 1994, 20).

*Al cinema insieme:
un modello
orizzontale*

Al di là di questa idealizzazione, tuttavia, ciò che colpisce, nella visione del pubblico di Fabbri, è l'attenzione alle relazioni tra gli spettatori. Le immagini non sono soltanto viste ma discusse e commentate. Il corpo dello spettatore, per parafrasare un'illuminante definizione dell'esperienza immaginativa proposta di George Herbert Mead recentemente ridiscussa da Ortoleva, cerca di «adattarsi» (Mead usa l'espressione «adjustment») a un ambiente che «is not there» (Ortoleva, *in corso di stampa*). Nello stesso tempo, egli occupa una posizione da «questa» parte dello schermo, in uno spazio predisposto, malgrado il buio (o grazie ad esso) alle relazioni reciproche.

Anche in altre fonti d'epoca l'andare al cinema è rappresentato come un'affollata performance interclassista, dove fare esperienza della diversità. L'oscurità delle proiezioni può addirittura rappre-

sentare un'opportunità di emancipazione, soprattutto per le donne. Il giornalista Emilio Scaglione rileva come al cinema la donna possa emanciparsi dalla tutela del padre o del consorte, libera di scegliere se rendersi disponibile all'interazione con gli altri spettatori. Scaglione valuta quindi in termini positivi la promiscuità sessuale della visione comune: «Due che non avrebbero mai potuto varcare i dieci metri che dal balcone alla via s'interpolavano tra i loro desideri, si sentono ora a pochi millimetri, tanto pochi che è persino possibile scambiarsi reciprocamente, e per un'oretta, il calore d'un ginocchio e di un gomito» (Scaglione, 1916, 14).

Da queste ultime parole si intuisce come le relazioni tra gli spettatori mettano in gioco non tanto la vista, attratta dallo schermo, quanto gli altri sensi. In una descrizione del regista Gino Zaccaria, per esempio, la sala cinematografica è un crogiolo di voci, rumori, esclamazioni, sbadigli: «c'è il meccanico che dà ad alta voce consigli all'operatore, il cachettista che indica sé stesso agli amici (...), la signorina aristocratica che fa appunti sulle mode e sulla etichetta dei salotti (...), lo storico che chiacchiera sui costumi (...) il musicomane che canterella sui motivi dell'orchestra» (Zaccaria, 1913, 10).

Queste e altre immagini del pubblico affermano una verità che oggi ci pare scontata: vedere un film insieme non è la stessa cosa che vederlo da soli. La fruizione collettiva era in realtà una variabile che le scienze sociali guardavano con una certa preoccupazione. Come osserva il penalista Enrico Ferri, noto criminologo ma anche autorevole leader del movimento socialista, «la collettività rende più intensa ogni manifestazione psichica» (Ferri, 1894). «L'intensità di un'emozione», precisa il suo allievo Sighele, «cresce in proporzione diretta del numero delle persone che risentono quell'emozione nello stesso luogo e contemporaneamente» (Sighele, 1999, 124).

Di questa esperienza collettiva la maggior parte delle fonti analizzate mette quindi in rilievo i rischi. La concentrazione in luoghi chiusi implica problemi di sicurezza e di igiene (alla cui risoluzione lo Stato inizia a provvedere già dal 1908); la già ricordata promiscuità sessuale è percepita come una condizione

che stimola azioni pulsionali (dal pizzicotto all'adulterio), al punto che «Civiltà Cattolica» invoca la separazione del pubblico maschile da quello femminile («Cinematografo e moralità pubblica», 1914); la presenza di minorenni vanifica la tutela morale sulle fasce deboli (ma le proposte di avviare una specifica produzione di film per ragazzi non si tradurranno mai in reazioni concrete).

*Lo spettatore
sotto ipnosi:
un modello verticale*

Il modello relazionale implicito nelle rappresentazioni del pubblico appena citate è attento in prevalenza alla dimensione «orizzontale» dell'esperienza cinematografica, ossia alle relazioni tra gli spettatori. Il modello che tuttavia conosce maggiore fortuna nelle categorizzazioni del pubblico nel primo Novecento è invece improntato a una visione delle relazioni all'interno della sala cinematografica di tipo «verticale», dall'alto in basso, dove l'«alto» identifica le immagini cinematografiche e il «basso» coincide con il singolo spettatore incantato dallo spettacolo, posto in una condizione di isolamento che era stata già evidenziata da Rousseau in relazione al teatro (Ortoleva, *in corso di stampa*).

La matrice di questo modello deriva dalla letteratura su ipnosi, suggestione collettiva, psicosi epidemiche e imitazione involontaria. In molti testi sul pubblico cinematografico si riprende l'immagine, tipica del materialismo scientifico sette-ottocentesco (Eugeni, 2002; Violi, 2004), del sistema nervoso come macchina elettrofisiologica, perturbabile da stimoli esterni senza la mediazione dei processi logici. Per alcuni osservatori questa dinamica è una forma ordinaria delle relazioni sociali: Pasquale Rossi, sociologo di orientamento socialista, vede per esempio nel cinema un mezzo capace di diffondere a distanza «scariche simpatetiche» artificiali, grazie alle «quali noi viviamo del mondo affettivo altrui». Il cinema è una sorta di «broadcaster» di «onde nervose» emozionali capaci di unire le «psichi individuali (nella) psiche collettiva», generando nel pubblico «momenti di maggiore o di minore entusiasmo e commozione» (Rossi, 1899, 11, 23). Il modello di Rossi è improntato a una sorta di «verticalità morbida»: le immagini propongono un'esperienza artificiale, intensa ma limitata nello spazio e nel tempo, che non annulla le identità dei

singoli, ma le unisce attraverso processi emotivi di identificazione collettiva, dall'efficacia incostante.

Altri studiosi si collocano su questo versante, sostenendo che nella relazione «verticale» la risposta dello spettatore allo stimolo non sia interamente passiva. Lo psicologo sperimentale di formazione wundtiana Mario Ponzo, in uno dei primi studi internazionali dedicati alla psicologia della percezione filmica, osserva come l'egemonia della vista nell'esperienza cinematografica faccia sì che la localizzazione di altre impressioni sensoriali simultanee (un odore, un suono ecc.) indotte da stimoli ambientali interni alla sala o dalla memoria sia attribuita erroneamente dallo spettatore al mondo che prende forma sullo schermo. Le immagini attivano quindi processi di integrazione dei sensi che esigono l'attiva cooperazione dello spettatore: si afferma quindi la convinzione, poi sviluppata dalla teoria filmologica del secondo dopoguerra, che lo spettatore sia in grado di «realizzare» l'immagine più di quanto questa gli offra in termini di indizi di realtà (Ponzo, 1911).

In altri testi sul pubblico, il dispotismo dell'immaginazione postulato da quasi tutte le teorie psicosociali dell'epoca non liquida la personalità dello spettatore ma propone dinamiche di partecipazione psichica. Il giornalista Riccardo Artuffo, per esempio, descrive la situazione di una spettatrice davanti a una scena di adulterio come un'oscillazione tra realtà e irrealtà che non si risolve mai nell'illusione totale (come aveva sostenuto anche Le Bon, riferendosi al pubblico teatrale): l'adulterio funziona per la spettatrice come una compensazione immaginaria, perché consente alla donna di «“froler” la colpa senza cascarci; di assaporare il frutto proibito senza farsi male ai denti; di godersi lo spettacolo dell'Inferno, rimanendo sulla soglia del Paradiso» (Artuffo, 1918, 80). Artuffo chiama in causa, di fatto, l'esistenza di «una forma di “transfert”, una corrente psichica che lega chi sta seduto in poltrona a un universo “altro”, quello della scena» (Ortoleva, *in corso di stampa*).

Va detto, tuttavia, che la «verticalità morbida» di Rossi, lo spettatore collaborativo di Ponzo, o la spettatrice disponibile al transfert di Artuffo rappresentano forme minoritarie di categorizzazione del pubblico italiano del primo Novecento. Ben più egemonica

e durevole, nel quadro dei modelli «orizzontali», è invece l'immagine dello spettatore passivo, quasi una prefigurazione dell'audience postulata dalla «bullet theory»: lo spettatore, si legge ancora nel 1928, «accetta quello che gli si offre, passivamente, senza chiedere il bello ed il buono che gli si lesina, senza reagire contro il brutto che gli vien dato a piene mani» (Milani, 1928, 169-170). Va precisato che questa immagine dello spettatore ipnotizzato non investe un pubblico genericamente inteso ma alcune sue categorizzazioni sociali e di genere. È molto raro che i discorsi della sfera pubblica borghese italiana sostengano l'universalità psicologica delle dinamiche di ipno-suggestione, sulla scia di quanto aveva invece sostenuto Bernheim: in essi prevale piuttosto un'interpretazione neuropatologica della suggestione, più vicina quindi alle tesi di Charcot.

Quali sono queste categorie a rischio di patologie percettive? «È noto», scrive Sighele, «che le donne, i bambini e anche i giovani sono assai più facilmente suggestionabili degli uomini adulti» (Sighele, 1985, 120). Al pubblico femminile e infantile, lo psichiatra Giuseppe D'Abundo aggiunge le «menti ignoranti, o poco evolute, o nevropatiche»: il cinema, egli sostiene, è una macchina che produce «quadri allucinatori belli e formati», resi possibili dal fatto che l'immagine cinematografica, così simile alla realtà, nasconde il suo «meccanismo di produzione» (D'Abundo, 1911, 441).

Masini e Vidoni, due psichiatri dell'Università di Genova, allargano queste categorizzazioni a una prospettiva criminologica. Secondo loro il cinema eserciterebbe un'influenza criminogena soprattutto su due tipologie di spettatore: i soggetti «dotati di una mentalità inferiore (...), frequentatori assidui del cinematografo» (Masini, Vidoni, 1915, 4), con una patologia latente che il cinema risveglierebbe, e i delinquenti nati, che vanno al cinema per trovare idee da imitare. Il tema del cinematografo come «politecnico del delitto», variante aggiornata di un'accusa che per secoli aveva colpito il teatro (e poi, in tempi più recenti, la letteratura popolare) attraversa quasi un ventennio di riflessioni sul pubblico, arrivando persino a ispirare i contenuti normativi della Censura cinematografica, introdotta da Giolitti nel 1913.

Rispetto alla suggestione collettiva descritta dalla nascente psicologia sociale, la suggestione cinematografica ha tempi di reazione un po' diversi. Se l'uomo della folla passa «dall'idea all'atto con una celerità spaventevole» (Sighele, 1985, 81), quasi tutte le riflessioni italiane sul pubblico delle origini ritengono, come scrive Pasquale Rossi, che «ciò che una volta è comparso insieme nel campo della psiche, tende a ridestarsi» (Rossi, 1899, 22). Secondo D'Abundo, per esempio, l'immagine cinematografica «esplica silenziosamente la sua influenza», attraverso la riemersione involontaria di «dettagli» mnestici slegati dal contesto del film (D'Abundo, 1911, 441). Una convinzione analoga è espressa da Ponzio: egli osserva come dopo la visione il film continui ad esistere nella mente dello spettatore con «un nuovo ordinamento», costituito dalle «tracce sconnesse di molteplici rappresentazioni (...) che vanno continuamente trasmutantesi e variamente raggruppantesi» (Ponzio, 1919, 91). Le tracce del film producono nella memoria dello spettatore esperienze artificiali, si associano al ricordo di avvenimenti reali, in una fusione tra realtà e immaginario simile alle allucinazioni retroattive descritte nella letteratura ottocentesca sull'ipnosi.

L'immagine cinematografica, per riprendere una distinzione di Dubois (2004), appare espressione non tanto di un «potere» mobilitante quanto di una «potenza» incontrollabile. Se i contenuti semantici e narrativi dell'immagine, debitamente programmati e regolati, sono gli elementi che fanno di un film una «machine de pouvoir», la «puissance» dell'immagine cinematografica delle origini si esprime invece attraverso lo shock del frammento intensivo e sensibile, non comunicando significazioni complesse ma sensazioni immediate e performanti.

I discorsi sul pubblico cinematografico delle origini mettono in evidenza più di una contraddizione. Da un lato il cinema si presenta come una delle espressioni più avanzate della modernità tecnologica e comunicativa (indizio di artificialità e di organizzazione), dall'altro porta con sé il retaggio delle folle «naturali», promiscue e indisciplinate, dalle reazioni uniformi e impulsive. Le contraddizioni, come si è visto, investono anche il tracciato

*Immagini-frammento
e falsi ricordi*

*Una folla
senza leader?*

della suggestione. Da un lato quest'ultima agisce su un gruppo, su dei corpi a contatto, reciprocamente influenzabili e immersi in un ambiente che non coincide con il mondo dello schermo; dall'altro, la suggestione sembra invece atomizzare il gruppo, producendo sensazioni destinate prima di tutto al consumo individuale. La relazione dello spettatore con l'immagine appare decisamente più intensa delle relazioni, pur esistenti, che uniscono gli spettatori fra loro e con lo spazio della sala.

Le folle cinematografiche però esistono, non si sono ancora nebulizzate, e il singolo spettatore non è il moderno lettore di giornale descritto da Tarde, elemento costitutivo di un pubblico disperso ma mentalmente coeso e più «civilizzato»: la sua categorizzazione è debitrice, piuttosto, dei tratti distintivi (credulità, emotività, irrazionalità ecc.) dell'uomo della folla. Le dialettiche tra individuale/collettivo e immaginario/realtà oscillano senza mai stabilizzarsi su uno dei due termini. L'immagine del pubblico cinematografico come comunità virtuale dispersa nello spazio, parzialmente istituzionalizzata e soprattutto unita dalla coscienza di condividere una passione o un'opinione emergerà come sintomo discorsivo di un processo storico solo dagli anni Venti, quando anche in Italia inizieranno a prendere corpo la cinefilia e, soprattutto, i fenomeni di «fandom».

Gli effetti di suggestione prodotti dalle immagini del nuovo medium, per quanto singolarizzati, sono per molti aspetti simili a quelli prodotti dall'azione di un «capo» sull'anima della folla, con la differenza che nel caso del cinema è impossibile identificare un «grande immaginatore» che «dallo schermo guarda, mostra, racconta» (Eugeni, 2002, 160-161). A fronte di un'efficacia ipnotica mai così elevata nella storia dei mezzi di comunicazione, l'assenza di un «capo» complica il gioco delle responsabilità sociali. Secondo Tarde e Le Bon la folla è irresponsabile, mentre il «meneur» che la suggestiona è consapevole e quindi punibile. Gli osservatori del pubblico cinematografico accolgono questa distinzione, ma identificano il «capo» con il medium. Le Bon sosteneva che se si conosce l'arte di impressionare l'immaginazione delle folle allora si conosce l'arte di governare. Il problema che si pone all'élite borghese è quindi come conoscere la «puissance» della

suggerzione cinematografica e come trasformarla in «pouvoir». Le risposte a quest'ultimo interrogativo propongono due strategie correlate: la prima (regolare i contenuti del visibile tramite la Censura) punta alla vetta del modello verticale, la seconda (promuovere una pedagogia della sensazione) si indirizza invece a valle, ossia al pubblico suggestionabile.

Su quest'ultimo versante, non sono pochi gli educatori, e pedagoghi di fede riformatrice convinti che il cinema possa educare ed elevare moralmente. C'è chi vede proprio nella temuta immediatezza suggestiva dello spettacolo cinematografico, «semplice ed intelligibile alle percezioni grossolane» (Colombo, 1910, 1), un'inedita possibilità di acculturazione per i ceti popolari.

Solo il cinema, si scrive, può sostenere un'efficace pedagogia delle sensazioni capace di tradurre in esperienza le nozioni sempre confinate nell'orizzonte delle teorie: affermazioni, queste, pienamente coerenti con le diffuse teorie pedagogiche (da Froebel a Pestalozzi) che ponevano al centro dell'apprendimento l'esperienza diretta delle cose. Il filosofo Francesco Orestano ritiene addirittura che la visione cinematografica abbia una maggiore funzionalità didattica rispetto alla visione diretta delle cose, perché intensifica «l'osservazione, laddove la realtà, essendo più complessa, distrae l'attenzione in svariate direzioni, provoca associazioni inutili o nocive, e in ogni modo oppone maggiori difficoltà all'analisi» (Orestano, 1914, 19).

Anche in queste ultime riflessioni, che pure aprono positivamente al cinema, prevale una concezione paternalista del popolo. Si postula sempre una scissione tra pubblico colto e popolare, senza comprendere realmente che il mercato dei consumatori si sta allargando e integrando in una prospettiva interclassista.

Le voci che riflettono sul pubblico cercano di instradare il cinema come fatto sociale sui binari di un'ideologia borghese i cui fondamenti (tutela della famiglia, integrità della morale domestica, primato della cultura, ecc.) stridono con le dinamiche economiche e socio-culturali in atto. La cultura diventa un emblema dell'egemonia élitaria liberale, ma a ben vedere il cinema è fatto da borghesi, basandosi in parte su elementi (la tecnologia, il mercato, l'intrattenimento) che sono guardati con sospetto dalle

*Le (produttive)
contraddizioni
di un'élite*

pur differenziate espressioni culturali della stessa borghesia: questo spiega certe posizioni elitiste sul cinema vagamente anti-industriali della destra liberale (Belotti, 1918).

In apertura si è detto che le rappresentazioni dello spettatore analizzate in queste pagine non «pranzano» con il proprio oggetto di studio ma lo costruiscono come prodotto di un immaginario sociale: come ha scritto Kracauer, i giudizi che una società ha dato di sé stessa esprimono le tendenze del tempo, e quindi «non possono rappresentare una valida testimonianza per la struttura complessiva dell'epoca» (Kracauer, 1983, 99). Le riflessioni sulla nascita del pubblico esprimono certamente questa tendenziosità, ma sono anche l'indizio parziale di un dibattito ben più vasto, ancora in buona parte da esplorare nella fitta pluralità delle sue voci e nella complessità delle sue ascendenze culturali.

Si tratta di un dibattito contraddittorio, attraversato da pregiudizi e paure, ma tutt'altro che occasionale e distratto. Sarebbe riduttivo interpretarlo come una semplice reazione ideologica dell'élite al crescente protagonismo delle «folle-pubblico» e delle tecnologie, sintomo ulteriore della perdurante crisi dell'individualità borghese. Anche se l'attenzione che queste immagini del pubblico prestano al contesto storico, politico e sociale che stava accogliendo la nascita e lo sviluppo del cinema è ridotta o semplificata, in esse si avverte un tentativo, precoce e approfondito, di riconoscere (o quanto meno di osservare) uno dei fenomeni più radicali dell'esperienza novecentesca: l'irrompere e l'imporsi di un medium che sta generando nuove abitudini, nuove percezioni, nuove esperienze estetiche, nuovi fatti sociali.

L'urgenza di questo riconoscimento si esprime anche attraverso concrete proposte di interpretazione, regolazione e mediazione dell'esperienza cinematografica (Casetti, 2005), interessate non semplicemente alla «riduzione» del danno ma anche alla «riqualificazione» dell'impatto psicologico e sociale del nuovo medium su un tessuto collettivo di cui si evidenzia, più o meno implicitamente, la problematica fragilità ma anche il potenziale di crescita.

In altri termini, il dibattito sul nascente pubblico cinematografico restituisce con una certa precisione la coerenza tra un processo materiale (il momento dell'impatto esordiale di un nuovo me-

dium nella società e la conseguente definizione di una nuova esperienza spettatoriale) e la sua categorizzazione quasi immediata in una serie di costruzioni discorsive problematiche: da questa coerenza discende, a nostro avviso, l'esemplarità del dibattito, e la necessità di svilupparne ulteriormente lo studio, nella prospettiva di un produttivo confronto con la più ampia storiografia sulle origini e i primi sviluppi socio-culturali degli altri mass media.

Riferimenti bibliografici

- Alovisio, S. e F. Casetti (2006), *Il contributo della Chiesa alla moralizzazione degli spazi pubblici*, in R. Eugeni e D.E. Viganò (a cura di), «Attraverso lo schermo. Cinema e cultura cattolica in Italia», vol. I, Roma, Ente dello Spettacolo, 2006
- Artuffo, R. (1918), *Io difendo la censura*, «La Vita Cinematografica», numero speciale, 81
- Belotti, B. (1918), *La questione del cinematografo*, «Nuova Antologia», 196
- Cinematografo e moralità pubblica*, 1914, «Civiltà Cattolica», 1546, 421-440
- Casetti, F. (2005), *L'occhio del Novecento*, Milano, Bompiani
- Colombo, A. (1910), *La virtù didattica del cinematografo*, «La Cinematografia Italiana ed Estera», 73, 1
- D'Abundo, G. (1911), *Sopra alcuni particolari effetti delle proiezioni cinematografiche nei nevrotici*, in «Rivista italiana di neuropatologia, psichiatria ed elettroterapia», 4, 10, 434-442 (anche in: «Bianco e Nero», 550-551, 2004-2005, 61-65)
- Dubois, P. (2004), *Au seuil du visible: la question du figural*, in V. Innocenti e V. Re (a cura di), «Limina. Le soglie del film», Udine, Forum, 137-157
- Eugeni, R. (2002), *La relazione d'incanto*, Milano, Vita e Pensiero
- Fabbri, G.I. (1994), *Al cinematografo*, Roma, AIRSC (ed. or.), 1907, Milano, Tonini
- Ferri, E. (1894), *Nota di Enrico Ferri*, «Critica Sociale», 4 (ora anche in: S. Sighele, 1999, *L'intelligenza della folla*, 1903, Name, Genova, 151-157)

- Gaudreault, A. (2004), *Cinema delle origini, o della cinematografia-attrazione*, Milano, Il Castoro, 2004
- Kessler, F. (2000), *Regards en creux. Le cinéma des premiers temps et la construction des faits spectatoriels*, «Réseaux», 18, 99, 73-98
- Kracauer, S. (1927), *Das Ornament der Masse*, in S. Kracauer, «Das Ornament der Masse», Frankfurt am Main, Suhrkamp, 1963; trad. it. in «La massa come ornamento», Napoli, Guida, 1983
- Masini, M.U. e G. Vidoni, *Il cinematografo nel campo delle malattie mentali e della criminalità*, in «Archivio di Antropologia Criminale, Psichiatria e Medicina Legale», 36, 5-6, 1915
- Milani, M. (1928), *Il pubblico al cinema*, «Rivista del Cinematografo», 11, 169
- Mosconi, E. (2006), *L'impressione del film*, Milano, Vita & Pensiero
- Orano, D. (1912), *Come vive il popolo di Roma*, Pescara, Croce
- Orestano, F. (1914), *Il cinematografo nelle scuole*, Roma, Istituto Nazionale Minerva
- Ortoleva, P., *Una specie di transfert*, in C. Vigna (a cura di), «Etica e spettacolarità», in corso di stampa
- Ponzo, M. (1911), *Di alcune osservazioni psicologiche fatte durante rappresentazioni cinematografiche*, «Atti della R. Accademia delle scienze di Torino», 46, 15, 943-948 (ed. 1995: «Cinema Nuovo», 296-297, 53-56).
- Ponzo, M. (1919), *Cinematografo e delinquenza minorile*, «L'Infanzia Anormale», 7, 88-96
- Rossi, P. (1899), *Psicologia collettiva*, Cosenza, Riccio
- Scaglione, E. (1916), *Il cinematografo in provincia*, «L'Arte Muta», 6-7, 14-16
- Sighele, S. (1891), *La folla delinquente*, Torino, Bocca (ed. 1985), Venezia, Marsilio
- Sighele, S. (1903), *L'intelligenza della folla*, Torino, Bocca (ed. 1999), Name, Genova
- Sorlin, P. (2009), *Gli italiani al cinema*, Mantova, Tre Lune
- Tarde, G. (1901), *Les lois de l'imitation*, Paris, Alcan (tr. it. in G. Tarde, 1976, «Scritti sociologici», Torino, Utet)
- Violi, A. (2004), *Il teatro dei nervi*, Milano, Bruno Mondadori
- Zaccaria, G. (1913), *Il giudizio del pubblico*, «La Vita Cinematografica», 4, 10

Reputazione, umanesimo e politica

Qualche appunto

di Alberto Abruzzese

Questi appunti hanno come sfondo l'impatto critico tra vecchi e nuovi media: tra le regole deontologiche di un giornalismo legato ad apparati editoriali che funzionano ancora mediante tecnologie (e mercati) tradizionali e le nuove etiche, estetiche e politiche dell'anti-giornalismo o meglio neo e post-giornalismo praticate nelle reti digitali. Ci si interroga se esse saranno davvero diverse da quelle della società di massa in cui siamo ancora così profondamente radicati. Ci si chiede quale e dove sia il nesso causale tra la qualità delle tecnologie e dei mercati digitali e la qualità della vera e propria mutazione antropologica di cui l'esistenza umana starebbe per giovare o per morire; se davvero possa esserci un nesso tanto forte da «cambiare il mondo» e da «cambiarci la vita»; e dunque se davvero la ruota della vita biologica dell'umano ha preso a muoversi con più forza e rapidità di

quella della vita sociale. Ci si domanda quale possa essere il destino di forme di comunicazione sempre più situate, sin dentro la nostra pelle e i nostri organi, e tuttavia sempre più globali ovvero presenti e all'erta in ogni dove. Sempre più intime, interiori, e insieme imperialiste (ora le definizioni di Foucault sembrano funzionare a «meraviglia»).

Altri preferiscono restare con i piedi a terra e sottoporre contenuti e pratiche dell'informazione – quale essa sia e dovunque si esprima – al vaglio delle teorie critiche di cui dispongono le tradizioni della «sfera pubblica» e le politiche delle democrazie nazionali e internazionali. In questo quadro c'è chi lamenta la degenerazione del giornalismo come professione e come vocazione; la violenza dell'economia politica delle merci e dei partiti sulla «verità» dei fatti; l'involuzione illegale della legalità giuridica degli apparati dell'informazione; il controllo cibernetico del sistema sociale (dichiarato e occulto) sulla libertà individuale, sulla privacy, sulla proprietà pubblica e privata, sui bisogni. Oppure lamenta la profanazione di ogni segreto di stato e la progressiva corrosione del diritto d'autore da parte della pirateria informatica. E così via: una serie di questioni che, nell'interrogarsi sul destino del giornalismo, si interrogano sui destini della civiltà in cui esso ha preso forma e sostanza.

*La storia è finita
(o, almeno,
la sua capacità
di seduzione)*

Tuttavia, per quanto mi riguarda penso che, pur restando e anzi dovendo restare in questa stessa cornice di problemi, si possa tentare un percorso critico diverso, in tutto estraneo alle agende dei media d'opinione, alle teorie e politiche dell'attualità, dell'utile e del necessario. A me pare che si debba ritenere definitivamente scaduto il tempo di un pensiero chiuso dentro i confini tracciati dalla società così come è stata costruita – in astratto e in concreto – dai sistemi di potere del pianeta Terra. All'interno delle loro politiche dell'abitare si sono definitivamente consumate tanto la relazione originaria tra Polis greca e Civitas romana, dunque la trama territoriale che ha legato tra loro l'idea di Democrazia e l'idea di Impero, quanto i valori dell'Umanesimo che, nella modernità militare e concentrazionaria del Novecento, ha raggiunto il suo apice (stragi di esseri umani in nome di ideali umani)

quanto la dialettica occidentale tra cittadini e stranieri, tra civilizzatori e barbari. La Storia in quanto idea di un mondo umano che progredisce in sé e per sé mediante mutamenti sostanziali delle proprie forme di vita sociale è dunque estinta da tempo (pur continuando a «temporeggiare»). Estinta almeno da quando la rapidità e vastità delle innovazioni tecnologiche hanno messo sempre più a nudo la statica ciclicità dei loro contenuti.

La Storia è finita. O piuttosto – ad evitare che si torni a contro-battere quanto i fatti abbiano continuato a proliferare dopo ogni annuncio di «fine della storia» – si è estinta ogni sua capacità di illudere in sé l'immaginazione dell'individuo, che appunto nella Storia («che non muore», «a venire») cerca il conforto di una ragione universale della propria esistenza. Con il cadere della capacità di seduzione della Storia, la natura umana – che appunto all'illusione deve il suo primario slancio vitale – investe sul proprio desiderio non di essere al mondo ma di essere mondo, di provare il piacere di dominare non più sul tempo ma sull'immediato presente, sulla prossimità dello spazio invece che sulla lontananza dell'avvenire e del passato. Dunque, il medesimo bisogno di abitare – del diletto che dà l'aver luogo, scintilla dello spirito proprietario del genere umano posto di fronte all'obbligo di vivere – ha fondato e perfezionato le dinamiche territoriali del tempo moderno e ora le sta distruggendo.

A rivelare nuove eccezionali capacità di trasformazione non sono più le promesse e attese o nostalgie del tempo ma è ora la natura ibrida dell'ambiente in cui i corpi umani sono immersi grazie alla remota vastità e permeabilità delle proprie protesi tecnologiche e delle loro inarrestabili, reciproche connessioni. Il delirio dionisiaco stimolato dall'edonismo dei consumi è la forma più evidente – per quanto ideologicamente e politicamente devianta – della centralità dei sensi in ogni esperienza umana dell'abitare e al contempo dell'espansione tattile delle cose inumane in ogni corpo della società. Nel rovescio della felicità, mancata promessa della politica, c'è la nuda vita dei corpi, quale sia la sorte che è loro toccata dentro le maglie strette delle economie politiche delle nazioni e dei loro «affari» internazionali. Corpi espansi. Carne viva.

*La centralità
del dolore*

Una infinita estensione del dolore – la stessa rete nervosa che fa da supporto al piacere – pervade l'umano sentire molto al di là dei rapporti di potere e delle forme di dominio che la società attribuisce di norma al conflitto tra padroni e servi, tra produzione e consumo, tra soggetti e oggetti della violenza. Il privilegio e quindi la verticalità della sfera del piacere rimuove – grazie a meccanismi in cui collaborano tra loro strategie politiche e automatismi psicosomatici – la assai più intensa e infinita sfera del dolore. La felicità è una increspatura dell'immaginazione umana rispetto alla profondità della sofferenza e della paura della morte nel mondo vivente. Essa è soltanto il residuo – intellettualmente e socialmente organizzato in forma egemone – dell'infelicità. Questa è dunque pensata, paradossalmente, a partire da un pensiero felice o comunque posseduto dalla felicità (mi sembra che a questo proposito le culture che emergono sulla stampa – nei diversi versanti dell'informazione politica, del costume, della cronaca – siano un eccezionale campo di osservazione).

Per tentare di riconoscere la sofferenza di chi abita il mondo – mondo tragico in quanto tragicamente umano – dal quale la società civile ha preteso e pretende di emancipare l'individuo, il nostro pensiero va dunque distratto dalla dialettica tra felicità e infelicità. Deve farsi pensiero divergente, radicalmente antidialettico. La nostra attenzione va distolta con la massima forza e decisione dalla società in cui l'intero mondo del sentire resta forzatamente accerchiato, provocato e insieme escluso. E va invece rivolta all'infinita estensione del dolore fisico che pervade l'umano e non umano sentire spingendosi molto al di là dei rapporti di potere e delle forme di dominio storicamente «costituite». Restare inchiodati alla interpretazione moderna di queste forme, alla loro «formattazione» occidentale, significa continuare a pensare con la testa dei «padroni» seppure in nome dei «servi» (questi sono l'alibi di chi sopravvive, di chi vive sopra di loro). Significa godere del corpo martoriato dell'infelicità. È qui che si apre l'urgenza di riportare al centro del pensiero il dolore, la responsabilità che ne abbiamo, che ciascuno ne ha per la propria parte o meglio per la parte di sé che sta nel mondo – fa mondo ed è fatta di mondo – perché della stessa carne del mondo.

Riportare al centro dell'immaginazione il dolore: è questo l'obiettivo. Mi si potrebbe accusare di cadere così nella tipica regressione «buonista» di chi – partito dalla ovvia constatazione del dolore psicofisico e della disperazione emotiva, in cui abita la più parte delle moltitudini del pianeta – ritorna all'evangelismo dei fautori del bene (laico o religioso che sia) per andare contro i portatori del male (signori del potere per il potere, bestie della foresta, insensibili amministratori della felicità e dell'infelicità).

La direzione del mio discorso è in tutto opposta e considera il male come invenzione connaturata all'essere umano, alla sua facoltà di linguaggio e dunque condizione di fatto irreversibile proprio in quanto in tutto specifica dell'umanità dentro e contro una vita minerale, vegetale e animale di cui è per così dire oggetto e non soggetto. È una posizione che non manca di bibliografia, tuttavia è assai difficile trovare qualcuno che la assuma e se ne faccia carico nelle sue routine di lavoro, nelle sue prestazioni sociali.

La finzione dialettica del conflitto del bene e del male è stata il massimo portato della soggettività espressa dall'essere umano. Il massimo risultato delle forme funzionali di auto-rappresentazione e auto-organizzazione del soggetto politico emerso dall'essere umano attraverso la costruzione del suo ambiente sociale. La divisione del mondo in entità astratte tra di loro in conflitto – cariche di immaginazione per quanto grondano di passioni e sangue – è stata la sua arma più grande, e continua ad essere il suo strumento più sottile: il dispositivo binario, ordinatore, grazie al quale lo sdoppiamento della vita tra impulsi affermativi e impulsi negativi ha funzionato da strumento egemonico. Ne consegue che, paradossalmente, il male si potrebbe vincere in un solo modo: attraverso l'estinguersi del bene e dunque l'estinguersi della stessa soggettività umana. Attraverso il disciogliersi della sua sovranità in tutte le cose del mondo. E in effetti le trasformazioni dell'abitare in una pluralità di reti post-umane sembra davvero potere rovesciare tale paradosso in un processo reale. È di questo rovesciamento che dovrebbe nutrirsi il «realismo» con cui fare fronte alla qualità delle politiche e delle professioni in cui

siamo costretti, in particolare il giornalismo, che fa loro da volano e collante. Forse potrebbe aiutarci a rielaborare in chiave antioderna il concetto di sprezzatura.

Certamente la mia posizione non manca di rifarsi a tradizioni di pensiero ben note. Molte di esse sono germogliate all'origine stessa della modernità, laddove il pensiero cristiano, prima di trovare nella formula divinamente prospettica del Rinascimento la sua definitiva immagine di potenza universale, sovrana, persino locale e insieme imperiale, ragionava su se stesso ridefinendo gli orizzonti del mondo antico dentro il proprio orizzonte monoteista. Ma soprattutto la mia posizione è debitrice dei contenuti elaborati dalla crisi del pensiero borghese lungo tutto l'arco di esperienze anti-moderne che va dall'Ottocento sino agli anni Trenta del Novecento. Quanto, di appena detto sul male, possa urtare il senso comune o la morale del lettore è assai poca cosa rispetto ai contenuti espressi da autori come Nietzsche e Bataille (che oggi non fanno scandalo solo perché confinati nella zona franca delle arti o del pensiero enciclopedico o della storiografia). Queste tradizioni, invece, non sono state mai applicate dalle istituzioni sociali e dalle loro politiche (almeno nell'orizzonte delle strategie democratiche). Ovviamente ci sono autori che hanno tentato di farlo, ma certamente non le pratiche e i modelli di civiltà dei nostri sistemi di governo.

Limitatamente alla questione del male, il mio punto di vista potrebbe sembrare analogo al recente saggio di Franco Cassano, *L'umiltà del male*, in cui l'autore – rifacendosi alla favola del Grande Inquisitore di Dostoevskij – enuncia l'urgenza politica (a suo avviso né tattica né strategica) di un pensiero e di una azione che rinuncino all'idea di essere unici titolari della verità e della moralità. Ma l'intenzione del suo discorso a me sembra del tutto interna all'identità democratica e progressista di cui tuttavia vorrebbe modificare il modo d'essere storico e sociale. Cassano evoca l'umiltà verso il male a fin di bene (le risonanze religiose, anzi cristologiche, non sono poche). In ogni caso, l'umiltà del bene è la stessa vita quotidiana (come dire: umiliarsi nel male, farsi «il male della terra») che si percepisce nello strato più violento e narcotizzante delle funzioni sociali in cui è imbrigliata. E dunque

evocare una piena cognizione del male a fin di bene significa rivolgersi a chi condivide il bene ma lo assume (o lo fa assumere, presumere) con una violenza e cecità tale da risultare contro-produttore, contro i suoi stessi fini.

Si tocca qui una questione quanto mai attuale in un campo giornalistico, e politico, in cui lo scontro è sempre più incautamente e rozzamente manicheo, forse con l'unico effetto positivo, per quanto oltremodo pericoloso – a rischio, apocalittico – di stare finalmente distruggendo ogni possibile ripescaggio delle dialettiche moderne. E forse persino con l'effetto di aprire alla riflessione una prospettiva in cui il pensiero dei cinici possa essere liberato del significato infamante che i costumi sociali gli hanno attribuito secolo dopo secolo.

A me pare che la cognizione del male – in quanto ripiegamento della natura umana su stessa, ripiegamento della propria umiltà (la stessa materia ibrida e incerta del fango e dei dannati della terra cui nessuna forma è concessa) – sia d'ordine razionale e strumentale, se dettata dallo scopo di migliorare i buoni a fronte dei cattivi, e sia dunque di piena osservanza moderna (Cassano fa lo stesso gioco delle carte che Alessandro Baricco ha fatto parlando dei barbari). Confinata dentro le logiche quantitative della democrazia, anche se «mediterranea» e non «oceanica», la proposta rischia di essere un trucco d'ordine tattico (che è forse il rischio di tutte le buone retoriche sulla vita quotidiana di fronte al potere) fatto nel tentativo di riguadagnare il consenso perduto e restaurare buone regole civiche e morali, galatei sociali condivisibili e quindi più efficienti.

A mio avviso, invece, qualsiasi discorso sul rapporto tra male e bene dovrebbe fondare una visione della realtà pienamente in grado di revocare ogni illusione sulla possibilità di arrivare a migliorare la condizione umana liberandola dalla violenza e dal dolore che la costituiscono. Impossibile arrivare a eliminare il male attraverso la stessa serie di miglioramenti che di fatto attestano l'impossibilità di estinguerlo. Si dovrebbe dunque tagliare ogni ponte con il senso – vuoto e per questo risonante – che le retoriche sociali sempre di nuovo avanzano «come nulla fosse».

*L'illusione
è il cuore
del tempo sociale*

Sono discorsi che variano di tono e qualità di linguaggio ma la ciarla del più birbone tra i politici è di fatto la sostanza del più raffinato dei leader.

Per il genere umano, la capacità di illudersi – in guisa del cuore, dispositivo automatico, remoto e incontrollabile grazie la quale il corpo vive indipendentemente dalla propria volontà cosciente – è stata la principale forza propulsiva della Storia. L'altare augurale al quale l'umano ha rivolto i più cruenti sacrifici uccidendo se stesso e distruggendo l'altro da sé. Di questo ha parlato e parla la bellezza dell'arte. L'illusione è il cuore del tempo sociale. Se c'è ancora un margine per distinguersi dalla reale natura della realtà sociale questo appartiene a un pensiero che sappia teorizzare, cioè vedere, la multi-versatile inclinazione del mondo non-umano dal quale l'umano non può sottrarsi. Una scelta emotiva, rigorosamente anti-umanistica e anti-politica, che potrebbe essere una utile mossa per riuscire a prendere la distanza mentale e psicologica dalle azioni alle quali la civilizzazione e i suoi territori affettivi continuano a costringerci.

*Sfera pubblica
e sfera privata
nell'epoca delle reti*

Gli storici più avveduti hanno riconosciuto l'esistenza di una pubblicistica della stampa e dei media audiovisivi – nata all'interno del giornalismo contemporaneo, confortato dalla «curiosità» di vasti pubblici interessati a informarsi, a competere più che a farsi competenti – in cui la ricerca e la formazione in campo storico non hanno il carattere della istruzione tradizionale quanto piuttosto la qualità creativa (o se volete appunto ri-creativa) di contenuti che nascono all'«aperto», nei mercati e consumi culturali della sfera pubblica, piuttosto che al «chiuso», in qualche istituto o cattedra di storia o di comunicazione. Credo che a sua volta una sociologia delle forme di trasmissione dei contenuti culturali possa riconoscere, accanto alle zone tradizionali dell'istruzione scolastica e universitaria, zone di produzione e consumo di saperi non accademici e in larga misura più vicini alla vita quotidiana (per quanto questo, come vedremo, non si traduca di per sé in garanzia di contenuti effettivamente alternativi a quelli del sapere istituzionale, tendenzialmente resistente o volutamente sottratto a dinamiche di mercato).

Il tema che intendo brevemente trattare in questa sede si basa su una situazione a mio avviso densa di conseguenze: la diversa «reputazione» che oggi divide e sempre più dividerà chi scrive dentro cornici editoriali universitarie e chi scrive anche o soltanto sulla stampa periodica cartacea e «on line» oppure lavora per la TV o infine «appare» in TV (forme di lavoro ormai specifiche, che vendono prestazioni di vita vissuta invece che professionali). Si tratta solo di una base di discussione. Per un discorso più dettagliato ci vorrebbe molta più documentazione di quella a mia disposizione. Ma spero che quanto di azzardato e magari infondato ci sia nelle mie considerazioni possa valere almeno da stimolo per piani di ricerca disposti a discutere – se non condividere – il discorso che più mi preme: la necessaria eclissi dell'Umanesimo a partire dalla eclissi della reputazione intellettuale (un tema che richiama ma è di contenuto rovesciato rispetto a un vecchio saggio di Elemire Zolla) e delle classi dirigenti.

Dalla analisi dei modi in cui si è andata progressivamente modificando la differenza tra reputazione in campo accademico e reputazione nel campo dei consumi risulta ormai evidente la sostanziale irrilevanza di tale divisione rispetto alla condizione di crisi ultima dei modelli politici della civiltà moderna. Lo scenario è costituito dalla confluenza tra sfera pubblica e sfera privata: dalla tendenziale privatizzazione della sfera pubblica (da intendere come tendenza ben più significativa di quella concepita nella critica del neoliberalismo) e dalla tendenziale pubblicizzazione della sfera privata. Si tratta del punto di arrivo di due dinamiche che hanno cominciato a incrociarsi con la nascita della metropoli e con il suo tradursi nelle piattaforme espressive offerte dai media tecnologici. Siamo dunque di fronte al finire del grande ciclo della civilizzazione industriale e al suo passaggio nell'epoca delle reti, che sono effetto e insieme causa della dissipazione dei confini tra sfera pubblica e sfera privata.

Ne discende l'urgenza di assumere una sensibilità in tutto «negativa» nei confronti dei valori della civilizzazione e dei modi in cui tali valori sono stati e sono onorati o disonorati. Contro l'Occidente, dunque. Sì. Proprio così. Per quanto la brevità qui dovuta renderà ancora più brutale il mio punto di vista, questo è il di-

scorso da fare proprio a fronte di innovazioni clamorose come le reti digitali. La piattaforma espressiva – il territorio – che si è aperto con Internet costituisce un salto qualitativo delle condizioni umane dell'abitare che ha un suo uguale solo nelle grandi svolte epocali della storia e dunque costituisce un salto che andando nettamente al di là della rivoluzione industriale dei moderni non può preservarne i valori. Lo si può affermare guardando alle pratiche che tali innovazioni hanno innestato nelle persone e nei gruppi. Ma non altrettanto si può dire per i contenuti che le reti stanno veicolando (peccato che i loro vivaci antagonisti polemizzino con lo strumentalismo capitalista della società delle reti ancora convinti che siano i contenuti a produrre pratiche e non queste a generare nuovi contenuti). Il bisogno istintivo di superare la condizione moderna avendone percepito il limite estremo, ha creato una tecnologia infinitamente più duttile rispetto alla «civiltà delle macchine» ma non ha ancora prodotto un pensiero adeguato a elaborare contenuti «diversi». Le pratiche hanno bisogno di tempo per rimodellare i praticanti. Il bisogno di innovazione resta intanto legato ai territori che lo hanno prodotto e dunque ostinatamente infissi nelle leggi del soggetto e del tempo moderno. Queste leggi hanno il loro fondamento più alto, storicamente e socialmente più efficace, nell'Umanesimo. Per infrangere l'attuale «impensabilità» di contenuti che non siano sempre di nuovo chiusi nel tragico limite della modernità, l'unica possibilità che ci si apre è allora praticare un pensiero radicalmente anti-umanistico. Spingersi contro l'Umanesimo, dunque, per non restare nell'Occidente. Cominciamo.

*La distinzione
sociale
e le regole
del casting*

Inutile insistere più di tanto su ciò che si debba intendere parlando di reputazione. Il termine in questi anni è stato usato in particolare nell'ambito delle reti, là dove il valore della reputazione è stato avanzato dalle culture ivi emergenti in aperta alternativa al rumore mediatico e più ancora ai valori professionali correnti, alle loro gerarchie, ai loro corporativismi, al loro calo di intensità, competenza e efficienza. Ricorriamo a un caso estremo: per le etiche hacker, la reputazione è la qualità da acquisire al fine di rendere «credibili» gli attori delle reti e più ancora le reti

stesse. Si tratta di una qualità che non è una «dote» (qualcosa cioè che «si ha in dote», ovvero si è acquisita per mezzo di un capitale culturale di partenza e che da allora in poi garantisce «credito»). È invece un riconoscimento: il riconoscimento della propria comunità di appartenenza (anzi del proprio terreno di «coltura», quale ne siano l'estensione e le finalità). A suo modo è una qualità conquistata «sul campo», agendo in comune con chi la condivide e contribuisce a determinarla. Con chi «vi conviene». Una investitura reciproca.

La reputazione è dunque il mutuo investimento di qualità che si realizzano nel vivo di processi relazionali (infatti il vivo accendersi delle relazioni può sempre revocare la fiducia in una comunità o gruppo che tenda a non rimettere continuamente in discussione la sua stessa reputazione). Potremmo dire che qui la reputazione non è costruita e sanzionata da una collettività concepita in analogia al carattere astratto e ideologicamente universalista della sfera pubblica, ma nasce dentro una progressiva e volontaria coalizione di «privati» che vedono una sorta di naturale antagonista nelle istituzioni pubbliche e nel dispositivo ostentativo, simbolicamente inerte, dello spettatore. In quanto privata, questa dimensione soggettiva degli hacker si attiva perché ha una natura radicalmente in proprio, appropriata, «proprietaria»: ciascuno di essi è proprietario di se stesso, della propria capacità tecnica, del proprio investimento emotivo e cognitivo, infine dei risultati delle proprie relazioni. Della loro qualità di processo. Appunto per questo l'etica hacker è in grado di rivendicare quel senso di responsabilità che i processi di astrazione, e insieme di centralizzazione e divisione della società moderna hanno sempre più deteriorato, finendo per disgregare le basi su cui si sono originariamente fondate le classi dirigenti della rivoluzione borghese.

In linea con il tracollo del senso di responsabilità delle classi dirigenti e quindi dei loro stili di vita e dei loro linguaggi, la reputazione dei «protagonisti» della società civile è oggi ridotta a zero. Ovviamente è ridotta a zero guardando alla scala di valori espressa nella reputazione in senso tradizionale: quella delle forme di distinzione e prestigio ancora possibili «prima» di Internet e della TV. E tanto più quella garantita dalle procedure istituzio-

nali preesistenti ai mass media. Detto in altri termini, se avere reputazione ha in sé il risultato di contare nella società ed esserne quindi i protagonisti, venendo meno i dispositivi (gli apparati) utili a conquistare una reputazione per via ordinaria, si è aperta la necessità di invertire il meccanismo: spiccare in protagonismo per diventare protagonisti. Ridotta a zero la reputazione che conquista la scena, si è arrivati alla reputazione che deriva non da un capitale di autorevolezza preordinato ma dal consenso di un pubblico di spettatori e quindi dai loro processi di valorizzazione. Pensate la reputazione di cui Berlusconi gode o almeno per lungo tratto ha goduto, e che comunque recupera non appena gli si fa contro un fronte avverso, assai spesso incarnato in quanti credono di godere di reputazione per diritto istituzionale.

È la stessa messa in scena mediale in cui viviamo – tanto perfezionatasi da divenire un dispositivo automatico – a selezionare (casting) e a fare recitare (regia) ciascun tipo di attore sociale in qualità di personaggio e non più di semplice comparsa: non attore generico ma affidatario di una «parte». Sempre più strutturate e fomentate dal rapporto tra pubblico (società, cittadino) e televisione (audience, spettatore), le dinamiche partecipative di società fondate su forme di libero consenso come la nostra (si può parlare di consenso negli stessi termini in cui si parla di deregolamentazione e neoliberalismo in campo economico-politico) si sono fatte sempre più selvaggiamente concorrenziali. Sino a rappresentare, in modo sistematico (nel senso di ricalcato su se stesse, sul proprio sistema partecipativo) una sorta di commedia, vaudeville o farsa della cattiva reputazione, della reputazione perduta, della falsa reputazione.

Paradossalmente, infatti, nessuna parte sociale può più riconoscere la reputazione dell'altra una volta che – venuto meno il decoro del leader politico tradizionale, professione deprivata ormai di qualsiasi reputazione – si sono autodistrutte le regole stesse del vivere democratico. Tutti i personaggi «del momento» si sono dichiarati guerra in quanto cittadini-spettatori di narrazioni sociali mirate a fare rumore: a creare il fracasso necessario a prendere il primo posto reso disponibile perché lasciato vuoto da una reputazione distrutta. La distinzione sociale si abbandona alle

leggi del casting. La corrosione definitiva del senso di responsabilità individuale storicamente incarnato in istituzioni e funzioni civili ha privato «tutti» di quel qualcosa «in comune» su cui la società moderna ha preteso «a suo tempo» di fondare i principi della sfera pubblica come convivenza.

Il problema della reputazione è da considerare il problema per eccellenza della formazione di una classe dirigente. Le classi dirigenti dei regimi moderni si sono affermate storicamente sulla base dei valori formativi dell'Umanesimo, valori impartiti da varie istituzioni e apparati: l'educazione familiare e religiosa, la scuola e l'università, la divulgazione e il tempo libero, l'industria culturale dei media, le mode e i consumi. Si è trattato di una sequenza diacronica e sincronica che ha visto crescere e contrapporsi tra di loro un umanesimo elitario e un umanesimo popolare e di massa. L'Umanesimo si è rivelato come l'unico «universo» dato al conflitto tra condizioni umane profondamente diverse: ricchi e poveri, colti e ignoranti, padroni e servi. Per capire il taglio che intendo dare al mio discorso sulla reputazione partendo dalla duplicità di una competenza universitaria limitata alle facoltà umanistiche e da una competenza mediale concentrata sulla produzione di immaginario di massa, prima conviene soffermarsi sul conflitto tra scienze umane e scienze esatte che viene periodicamente ripreso dalla pubblicistica su basi che tuttavia a mio avviso non intaccano l'egemonia del pensiero umanista in quanto radice unica della modernità.

I modelli di governo dei sistemi moderni, infatti, hanno saputo sin dall'inizio fondare la propria tradizione intellettuale e ideologica attraverso l'elaborazione di dicotomie tra pensiero umanista e pensiero scientifico che, trasformate in dialettica, in sostanza sono risultate sempre compatibili con le proprie forme di gestione del potere. Tale contrapposizione sembra del resto essersi manifestata e manifestarsi tra letterati e scienziati assai più che tra filosofi e filosofi della scienza. Quando uno scienziato – certamente in possesso, almeno a partire dall'Ottocento, di funzioni, strumenti e routine di lavoro in tutto diverse da quelle dell'umanista – affronta questioni di vita sociale e civile, si fa partecipe di una

*Il problema
della reputazione*

enciclopedia del sapere e di una sensibilità culturale in cui resta predominante il peso del pensiero umanista, della sua mentalità e dei suoi immaginari.

Per accorgersi di questo, basta ascoltare un fisico o chimico o ingegnere che parli di poesia o arte; ascoltare un politico che parli di civiltà e civilizzazione, di stato e di cittadinanza. Tanto meno funziona la contrapposizione tra una presupposta lucida vocazione laica dello scienziato e una presupposta vocazione tendenzialmente superstiziosa o senza alcun fondamento razionale dell'umanista (una parentesi andrebbe aperta sul fronte dei rapporti tra scienza e semiotica). Di fatto, la cosa certa è che nel sistema italiano c'è stata una guerra di potere tra umanisti e scienziati, ma questo dimostra soltanto che, se è vero che le reti del potere pubblico sono state sempre affidate in massima parte a umanisti (del resto a quale branca del sapere appartengono l'etica e il diritto?), è vero anche che gli scienziati non hanno avuto l'ambizione o la capacità o la possibilità di produrre una cultura da classe dirigente.

Per inciso: una analisi della stampa periodica, là dove il carattere teoricamente e metodologicamente molto incerto di queste mie brevi considerazioni si fa regola inevitabile, potrebbe risultare molto utile per cogliere meglio se davvero ci sia una alternativa forte, concreta e percorribile, tra chi si propone come umanista e chi invece si propone come scienziato. Di certo emergerebbe almeno l'inclinazione scientifica a controllare il pensiero su dati di fatto (che è tuttavia anche l'ambizione della semiotica e delle sociologie). Forse resterebbe da verificare, ed è il campo che a me qui interessa toccare, se questo autocontrollo scientifico frutti davvero l'assenza di una dimensione ideologica, e possa dimostrare la sua compatibilità o meno con i grandi assi portanti delle culture umaniste.

Infine, prima di arrivare al punto, ancora una considerazione. Per trasmettere effettivamente i valori di una tradizione (quale essa sia: laica, religiosa, conservatrice, progressista, di destra, di sinistra, elitaria, popolare, consumista, anticonsumista, e infine scientifica o umanista), il requisito fondamentale è che la forza autoritativa necessaria a tale trasmissione dipenda non solo dalla

reputazione del lavoro intellettuale ma anche dagli apparati che veicolano i suoi prodotti. La formula di McLuhan – «il medium è il messaggio» – definisce dunque assai bene l'interdipendenza tra un «autore» (colui che ha autorità: un maestro del sapere, uno scrittore di successo, un leader d'opinione, un demagogo, un esperto media-man, uno scienziato da premio nobel) e l'apparato attraverso il quale il soggetto autorevole si esprime. Il problema della reputazione investe dunque la reciprocità di «effetti» tra gli apparati e i loro operatori.

Riassumendo, la lettura del presente che vi propongo porta a sostenere: a) che si sia giunti alla stretta definitiva di processi ormai di lunga durata che investono due forme di reputazione: quella del lavoro intellettuale incorporato negli apparati della ricerca e della formazione universitaria, e quella del lavoro intellettuale incorporato nei media; b) che si stia esaurendo la funzione compensatrice che l'immaginario dei media ha avuto nei confronti del libro scritto (autori e culture istituzionali) e del lavoro intellettuale impartito in sedi accademiche; c) che nel quadro di una perdita generale di reputazione – nel senso di una perdita trasversale di autorità in grado di garantire formazione umanistica – l'unico modo per affrontare il vuoto di responsabilità delle attuali classi dirigenti sia ricorrere al più radicale rifiuto dei valori umanistici. In altre parole: il fallimento delle teorie post-moderne può essere affrontato – certamente non risolto (perché «irrisolvibile»), ma forse finalmente percepito, e sarebbe già molto – da una prospettiva radicalmente post-umana, anti-religiosa, e anti-politica. Entriamo ora un poco più in dettaglio su questi tre punti.

Due campi di osservazione: la formazione umanistica da parte degli apparati universitari e la formazione umanistica da parte degli apparati dell'industria culturale. Dimostrare che nel primo caso sia da tempo crollata e sempre più stia crollando ogni reputazione in grado di creare classi dirigenti, è impresa persino troppo banale. Da anni l'istituzione universitaria è stata sottoposta a processi di burocratizzazione e fiscalizzazione tanto esasperati da

*Tre punti
d'osservazione*

*Reputazione
accademica
e reputazione
mediatica*

avere sempre più costretto (e sempre più costringeranno) il docente universitario a scrivere e pensare dentro un vero e proprio deserto culturale e emotivo; costretto a concepire il sapere – un sapere sempre più parcellizzato e miniaturizzato, inerte e cioè divulgato assai più che divulgativo – come calco delle necessità immediate del lavoro e delle sue professioni. In molte sedi universitarie, e non tra le peggiori, l'istituzione accademica – oltre ad avere dovuto strutturare la propria offerta formativa ricorrendo a professionisti dell'impresa così da compensare il fatto di essere restata irrimediabilmente fuori del tempo produttivo – sostiene sempre più, facendone un suo titolo di merito, che l'innovazione viene dal mondo imprenditoriale piuttosto che dalla propria comunità scientifica. Questa viene schiacciata così ad un ruolo di trasmissione pura e semplice di nozioni da confezionare in forme normative legittimate e vidimate da una didattica strumentale. La qual cosa dimostra che il sapere di cui si ha cura nell'università non è più quello umanistico, cioè non è più come un tempo un pensiero altamente specifico, presente nella filiera della produzione sociale, e neppure un pensiero di base, mirato a formare l'individuo e i suoi rapporti con la società e con il mondo (del resto le facoltà umanistiche lottano a tal punto per la loro sopravvivenza da favorire un corpo docente spesso più realista degli stessi manager dell'Impresa che qualche volta, e non sempre con intenzioni propagandistiche, si prendono il lusso di essere interessati a un giovane formato in filosofia più che in scienze del marketing).

Ricorrendo ad un rapido sguardo retrospettivo, possiamo dire che tutto il Novecento è stato caratterizzato dalla contrapposizione tra l'intellettuale di tipo accademico e l'intellettuale sul campo, immerso nella vita quotidiana (fosse la esperienza della metropoli o quella del corpo e del desiderio). Questa è stata l'evidente differenza tra Simmel o Benjamin, da un lato, e Adorno dall'altro; la stessa differenza anzi ancora più viva – pur condividendo, tutti e due, un approccio radicalmente critico nei confronti del potere – che è passata tra Foucault e Bourdieu: il primo, vicino all'immaginario di una società dei consumi e della esperienza vissuta (che ha al centro il tema dell'esistenza psicosomatica del

soggetto a fronte del potere), e il secondo dedito invece alla conflittualità sociale dei rapporti di classe. Senza successo accademico, Foucault; ampiamente riconosciuto dalle discipline universitarie, Bourdieu. Una distinzione importante, questa, per tracciare il filo rosso che ha visto rinsecchirsi la reputazione accademica e al contrario rinvigorirsi quella mediatica. Così, negli ultimi decenni del secolo passato – caratterizzati da una situazione almeno apparente di bilanciamento tra forme di reputazione diverse ma parimenti riconosciute – non pochi intellettuali umanisti hanno prestato la loro firma alle terze pagine dei quotidiani godendo al contempo di alta reputazione universitaria. Progressivamente, tuttavia, il rapporto tra docente e leader mediatico è andato capovolgendosi: se prima era il docente dotato di reputazione a scrivere sui giornali dando loro e ricevendone reputazione, ora è la firma di successo, il giornalista star, lo scrittore di cassetta a disporre di visibilità e autorità, sino magari ad arrivare all'Università.

La nostra nazione è un laboratorio politico di interesse sovranazionale grazie al fatto di vivere nel cortocircuito tra la passata grandezza dell'Antico, in cui ha le sue radici più di ogni altra nazione occidentale, e l'arretratezza o devianza della sua «attualità»: nazione non-nazione, colta e barbara, immorale e religiosa, esasperatamente locale ma anche fisicamente sperduta nel mondo. In questo italico laboratorio, ha avuto una sua lunga storia pubblica il convenzionale dibattito tra sostenitori della cultura alta e sostenitori della cultura di massa (un conflitto frontale ma trasversale agli stessi opposti due blocchi). È una storia complessa, difficilmente semplificabile, considerati i soggetti e i fattori che vi hanno preso parte. E soprattutto data l'ambiguità o debolezza teorica o corazza ideologica dei ceti intellettuali coinvolti sull'uno e sull'altro fronte.

In linea generale può essere comunque corretto sostenere che sui due fronti si sono contrapposti tra loro i saperi fondati su piattaforme espressive tradizionali come il libro, l'aula scolastica e universitaria, e i saperi interessati all'industria culturale come la pubblicitaria e la fiction. Alla massa dei loro prodotti di massa (è

*La sconfitta
della critica
«disintegrata»*

su questa duplicità che si innesteranno anche i dispositivi digitali). Ma, dal punto di vista delle istituzioni che pesano sulle politiche, estetiche e etiche del sistema nazionale, è bene cogliere un tratto trasversale: la sostanziale distanza del ceto intellettuale (persino quello più vicino agli apparati di consumo) dall'idea di potere concedere una effettiva reputazione ai valori espressi dai mass media, al massimo accettati nella cornice progressista della emancipazione democratica delle masse, dunque in sostanza visti solo come allargamento del consenso e della partecipazione emotiva nei confronti di valori fondativi elaborati dall'alto.

Le terze pagine dei quotidiani hanno conservato una politica culturale dei «due forni»: quello parassitario di aderire sul piano informativo e pubblicitario alla cultura consumista di lettori sempre più formati dai mercati della vita quotidiana, e quello politico-identitario di affidare la critica della cultura di massa, il suo controllo, alla reputazione di intellettuali di prestigio – leader del pensiero pubblico e di un ceto di cittadini-lettori dall'inconfondibile tonalità umanistica e progressista – schierati su posizioni di autenticazione e sorveglianza. Posizioni che, seppure opportunamente e opportunisticamente mascherate con l'evolversi dei consumi diffusi e del loro potere di contaminazione del gusto, si sono conservate sostanzialmente elitarie. Quindi, hanno accentuato (ripescandole spesso in modo inconscio dalla tradizione letteraria di impeto risorgimentale) la loro intonazione populista o meglio popolareggiante: benevoli verdetti che, similmente al vecchio legame borbonico tra aristocrazia e «popolino», sono stati sempre un'appendice umanitaria dell'aristocrazia di pensiero di fronte al progresso, del «gattopardismo» di fronte al potere politico e economico, del cattolicesimo di fronte al moderno e alla società civile.

Appartengo ad una ristrettissima postazione culturale che, al contrario, sull'onda del neo-capitalismo italiano e dei suoi conflitti sociali ha ritenuto che nella reputazione acquisita dall'immaginario mediatico (televisione, mode e eventi; e non solo il cinema di consumo, a posteriori esteticamente sempre riscattato) ci fosse una carica anti-istituzionale da valorizzare. Assumendo in certa misura l'indicazione marxiana del conflitto politico tra capitale e

lavoro, la mia posizione rilanciava il significato simbolico di questo conflitto sul piano di una vera e propria differenza genetica tra le culture istituzionali e l'immaginario collettivo; tra il lavoro produttivo del consumatore – sempre più separato dal suo pesante involucro di cittadino, di soggetto sociale – e l'ordine costituito del sistema di potere espresso e gestito dai valori identitari moderni. Dunque tra la sfera simbolica dei simulacri mediatici (sempre più meta-territoriali proprio in virtù della loro capacità di radicamento interiore, al di là delle mappe geopolitiche) e sfera pubblica delle tradizioni storiche e civili, delle sue etiche, estetiche e politiche (certamente non priva di simboli ma, per così dire, simboli centralizzati e unificati sotto il manto di uno stesso stemma nazionale).

A conti fatti, tuttavia, va detto che questo punto di vista (ispirato ad autori chiave come Benjamin, Morin e McLuhan) non ha ottenuto risultati di rilievo. In trenta anni di polemiche, l'opinione pubblica simulata dalle agenzie di formazione culturale ideologicamente dominanti (famiglia, chiesa, stato, scuola, istruzione, editoria colta, pubblicistica di regime) non ha mutato i propri paradigmi critici, al massimo ha modificato il loro campo di intervento, inseguendo di volta in volta i mutamenti oggettivi e inarrestabili di un sistema nazionale, comunque alterato e egemonizzato dalle logiche di sviluppo dei mercati culturali globali. Cosicché, a questi mutamenti si è tentato di fare fronte ricorrendo a teorie (e pratiche istituzionali, persino imprenditoriali) modellate sul rifiuto e più spesso sull'ignoranza della loro effettiva natura, del loro senso. La sequenza delle polemiche suscitate nei progressivi slittamenti sui nuovi territori di una vita quotidiana sempre più mediatica, è nota. Dimostra l'uso di teorie dicotomiche, chiuse in se stesse, tradizionaliste, conservatrici, vuotamente anticonsumiste e antitecnologiche, unidirezionali, verticali e corporative, nonché sindacali e politiche: cinema colto versus cinema hollywoodiano, TV di qualità versus TV di evasione, informazione (realtà) versus fiction (falsificazione della realtà); cultura istituzionale versus culture dell'effimero; televisione del servizio pubblico versus televisione privata; modelli di produzione e consumo dell'editoria tradizionale versus pratiche espressive delle reti

digitali. Capovolgere il vettore di questo scontro si è dimostrato impossibile: in certo modo si può dire che la cultura istituzionale, progressivamente sconfitta sul piano dei processi reali, ha continuato a rivendicare le proprie posizioni di retroguardia, la loro inadeguatezza, potendo e soprattutto «dovendo» contare sul consenso di ceti e interessi arretrati ma che costituiscono ancora oggi il midollo culturale e psicologico degli apparati pubblici e di governo.

E dunque: il tempo davvero utile di una critica della cultura istituzionale a partire dall'immaginario collettivo prodotto dall'industria culturale si è ormai esaurito. Questa critica – che, sbefeggiando la gesuitica opposizione tra apocalittici e integrati, potremmo denominare «critica disintegrata» – nasceva dalla necessità di rinnovare le classi dirigenti nello spazio di una società post-industriale. Per riuscire nel suo intento avrebbe dovuto realizzare un contatto – un reciproco interesse, un comune senso di responsabilità, una connessione vitale – tra culture istituzionali e culture di mercato. Così non è stato. Così è andata sprecata l'intuizione di chi ha creduto che la partita dello sviluppo si dovesse giocare spostando l'asse dei valori dalla Storia al Presente, dalla politica del razionalismo strumentale moderno alla politica dell'abitare: da una teoria della produzione a una teoria del consumo, da una etica del lavoro ad una dissipazione dell'esperienza, dalla corazza normativa dei valori sociali alla instabilità affettiva dei valori simbolici, dall'egemonia del sapere ai linguaggi del sentire. Chi, come me, ha pensato in questa direzione è stato vittima non tanto – seppure anche – di una svista teorica o culturale ma soprattutto di una svista tutta politica: avere creduto che dalla sfera dell'immaginario mediatico potesse nascere un salto di reputazione in grado di rimpiazzare le forme di reputazione scolastica e accademica. Avere creduto che la reputazione dei consumi e la loro efficacia formativa potessero veicolare contenuti adeguati alle nuove necessità di territori in rapidissima mutazione tecnologica e quindi anche socio-antropologica. Il consumismo italiano e planetario ha invece operato su un piano socio-antropologico tanto divergente da non potere più essere ricomposto, ricompattato, con la tradizione politica occidentale (di cui nono-

stante tutto il mio intento faceva parte). L'immaginario collettivo si è spinto «oltre misura» e cioè ben oltre le sedi e i modi di una formazione intellettuale a fini di governo, che invece si andava sempre più prosciugando, fossilizzando.

L'eclissi della reputazione necessaria a formare nuovi contenuti per nuovi mondi caratterizza dunque tanto le figure e le piattaforme espressive tradizionali, quelle sconfitte dalla effervescenza dionisiaca dei consumi, quanto queste ultime, divenute smisurate rispetto alle misure convenzionali della società civile. Tanto smisurate da ristagnare nel loro splendore. Ma incapaci, come le altre, di riguardare le condizioni materiali dell'abitare. L'armamentario delle ideologie e dei contenuti di chi presidia la trasmissione di sapere umanista accademico e di cultura umanista di consumo è parimenti esangue, sfibrato, nei casi migliori ripetitivamente illuso. L'unica differenza è che i primi sono destinati a scomparire nel buio e i secondi a spegnersi nella luminescenza degli schermi e dei giochi digitali dell'intrattenimento cibernetico: realtà aumentata ma pur sempre realtà. Incapaci gli uni e gli altri, realisti e visionari, di liberarsi da una coazione a ripetere in cui s'è estinta la risorsa inventiva dell'innovazione. Estinta, perché ogni cosa ha un tempo per vivere e un tempo per morire, persino l'esperienza sociale dell'essere umano. Estinta, dunque, perché non c'è altro da trovare e rilanciare nei territori della civilizzazione.

Guardando alla produzione filosofica e artistica della fine dell'Ottocento e del primissimo Novecento, cui si è accennato in principio, questa estinzione era già interamente ravvisata e esplicitata da un pensiero in tutto minoritario, nettamente divergente, e per questo confinato ai limiti della follia, sino a farne oggetto di culto (non diversamente da quanto fanno i popolani con i matti del villaggio). Da allora è passato più di un secolo: ragione per cui non è inopportuno pensare che il tempo di sopravvivenza dei valori dell'occidente sia scaduto. La reputazione delle immagini, delle narrazioni e delle mitologie dell'immaginario è quanto mai prima «formante», ricca com'è di un tessuto vitale in continua riproduzione e ibridazione genetica (in effetti c'è uno stesso im-

*L'eclissi
della reputazione*

maginario catastrofico che lega insieme almeno gli ultimi tre secoli del secondo millennio, e ora siamo a una sorta di sua apoteosi, di «galleria» della sua fine). Ma i suoi protagonisti – autori e consumatori, e più ancora la vasta gamma dei loro mediatori diretti e indiretti, insieme autori e clienti – restano tragicamente chiusi nella stessa sostanza sacrificale, antimoderna, primordiale, dell'odierno immaginario tecnologico, nei suoi stessi eccessi di vita-morte, nel suo rifiuto di memoria storica, nella sua passione anti-sapienziale, nel suo desiderio estremo di desiderio. Se è il vuoto a creare desiderio, ora è direttamente il vuoto a essere oggetto di desiderio: il vuoto o l'orrore dell'interamente pieno. In sostanza, l'immaginario che ci abita si alimenta di ciò che vuole distruggere, quindi della modernità, del suo «incubo». Ma resta nel sogno. Si apre allora la sola via da percorrere per chi voglia forzare il pensiero nella direzione dei contenuti necessari a creare reputazione e a riattivare il senso di responsabilità adeguato ad un tempo che si spegne nel fallimento del «principio speranza» (celebre slogan di un omonimo libro di Ernst Bloch, vera e propria summa dell'illusione moderna di fare girare al contrario le lancette della modernizzazione e del progresso, fuggendo così dal terribile «non più e non ancora» con cui Hermann Broch ha definito il mondo irreversibile, sempre di nuovo mortale e sempre di nuovo vivo, di ogni trasmutazione di valori). Fallimento della speranza e dunque del dispositivo progressista della felicità, della promessa neo-comunitaria, «a venire», delle politiche moderne. Quindi fallimento dell'Umanesimo che non sa più innovare ma nel migliore dei casi offre soltanto interpretazioni del proprio repertorio, aprendo alla critica sempre lo stesso Libro, «bibbia» di un universo congelato. Tanto religioso da non potere mai sciogliere davvero i suoi legami. Libro ri-legato, sigillato. E in quanto tale, testo ermetico. Lo sarà – lo è stato – sino al giorno dell'Apocalisse. Libro già iscritto nella stessa scrittura che dovrebbe esserne la rivelazione: inimitabile allegoria dell'ermeneutica del testo così come della vita, di una interpretazione tanto più «circolare» quanto più ripiegata su se stessa, sulla sua presunzione di essere la condizione umana, nient'altro che umana, del mondo delle cose. Un mondo che nasce sempre di nuovo (come la Fenice) dalla parola umana,

parola creatrice come quella divina, ma a differenza di quest'ultima condannata a ricercare senza soluzione di continuità il «contenuto reale» che le manca.

L'eclissi del senso di responsabilità fa emergere nel proprio vuoto – vuoto innegabile, stupidamente negato in ogni conversazione umanistica, in ogni discorso mondano, in ogni articolo della stampa – la necessità urgente di separare tra loro, senza pietà e mediazione alcuna, lo spazio in cui viviamo dal tempo in cui pensiamo, in cui ci facciamo soggetti di noi stessi; la necessità di separarci dall'agire in cui siamo costretti, strutturati, alimentati; di assumere la più integrale consapevolezza della fine dell'Umanesimo e dunque della inadeguatezza ed anzi inutilità delle sue spoglie. Sapere sentire i territori digitali come integrazione tra umano e inumano, e in questa sproporzionata integrazione sapere vedere la progressiva marginalizzazione dell'umano rispetto al post-umano, può finalmente rafforzare una cognizione del dolore e infelicità della condizione umana che, se davvero spartita e patita anche soltanto nell'immaginazione, non può che diffidare (revoca di fiducia, scissione di contratto) la volontà di potenza del soggetto moderno e ritornare a percepire la situazione primordiale dalla quale si è distaccata. Accogliendo questa possibile angolazione delle retoriche sul neotribalismo, invece che l'ambiguità moderna di un ulteriore recupero di ideologie e credenze neocomunitarie, può aprirsi il tempo di un radicale «disincanto» del disincanto su cui il moderno s'è sviluppato. Forse, entrare in questa sensibilità potrebbe rendere più consapevole delle aberrazioni su cui si fonda chi agisce nella sfera sociale.

La scena contemporanea – di cui le culture del giornalismo sono parte integrata, integrante e promotrice in forme impegnate e insieme disimpegnate, ingannevoli e insieme incantatrici – è invece inflazionata da discorsi di solidarietà e progresso, giustizia e benessere, verità e fiducia, che non hanno più alcuna credibilità e tuttavia vengono reiterati in una sorta di cerimoniale in cui la parola – in quanto pensiero dichiarato, dichiarazione di pensiero – vale l'abito. Ovvero «non fa il monaco». Se questo cerimoniale continua ad essere osservato – nonostante l'indegnità di ogni divisa sociale e nonostante l'evidenza dell'abissale oscenità tra il

dire e il fare di tutti i sistemi di potere politico, amministrativo e economico – è perché, a sopravvivere in una zona di pensiero muta e sorda, è sempre ancora la paura che sin dalle origini è stata a fondamento di qualsiasi legame umano con l'altro e le cose altre del mondo: la paura di precipitare nell'inumana indifferenza della natura, là dove l'identità religiosa o sociale non può preservare i sensi e l'immaginazione dalla presenza della morte: oggettività impenetrabile per qualsiasi soggetto, politico o impolitico che sia. Oppure unica soggettività, unica sovranità cui dobbiamo la nostra oggettiva presenza nel mondo. La quale morte, non a caso, continua ad essere, per l'informazione, l'inesauribile fonte di notizia che non muore mai. La felicità del redattore e titolista – dell'editore e dell'inserzionista – si nutre di infelicità.

Un percorso bibliografico nella storia dei media

di Gabriele Balbi

- Agar, J. (2005), *Review Article: Medium Meets Message: Can Media History and History of Technology Communicate?*, «Journal of Contemporary History», 40(4), 793-803
- Allan, S. (2008), *Media History*, in W. Donsbach (ed.), «The International Encyclopedia of Communication», Vol. VII. Malden MA and Oxford, Blackwell publishing
- Allen, G. and D.J. Robinson (eds.) (2009), *Communicating in Canada's Past: Essays in Media History*, Toronto, University of Toronto Press
- Anania, F. (2007), *Storia delle comunicazioni di massa*, Torino, UTET
- Anderson, B. (1996) (ed. or. 1983), *Comunità immaginate: origini e diffusione dei nazionalismi*, Roma, Manifestolibri
- Bailey, M. (ed.) (2009), *Narrating Media History*, London and New York, Routledge

- Balbi, G. (2005), *I vecchi e i giovani. Strategie di mimesi tra old e new media*, «Studies in Communication Sciences», 5(1), 183-204
- Balbi, G. (2009), *Studying the Social History of Telecommunications. Between Anglophone and Continental Traditions*, «Media History», 15(1), 85-101
- Balbi, G. (2010), *La radio prima della radio. L'Araldo Telefonico e l'invenzione del broadcasting in Italia*, Roma, Bulzoni
- Balbi, G. (in corso di stampa), *Doing Media History in 2050*, «Westminster Papers in Communication and Culture», previsto nel 8(2), 2011
- Baldini, M. (1995), *Storia della comunicazione*, Roma, Newton Compton
- Barbier, F. e C. Bertho-Lavenir (2002) (ed. or. 2000), *La storia dei media: la comunicazione da Diderot a Internet*, Milano, Marinotti
- Bastiansen H.G. (2008), *Media History and the Study of Media Systems*, «Media History», 14(1), 95-112
- Bechelloni, G. (1995), *Televisione come cultura: i media italiani tra identità e mercato*, Napoli, Liguori
- Becker J.J. (1997), *Conclusion* in F. d'Almeida (dir.), «La question médiatique. Les enjeux historiques et sociaux de la critique des medias», Paris, Editions Seri Arslan
- Behringer, W. (2006), *Introduction: Communication in Historiography*, «German History», 24(3), 325-332
- Behringer, W. (2006), *Communications Revolutions: A Historiographical Concept*, «German History», 24(3), 333-374
- Bellocchi U. (1974-1980), *Storia del giornalismo italiano*, Bologna, Edison (8 voll.)
- Bignell J. and A. Fickers (eds.) (2008), *A European Television History*, Malden MA and Oxford, Wiley-Blackwell
- Boczkowski, P., and L.A. Lievrouw (2007), *Bridging Sts and Communication Studies: Scholarship on Media and Information Technologies*, in E.J. Hackett, O. Amsterdamska, M. Lynch & J. Wajcman (eds.), «New Handbook of Science and Technology Studies», Cambridge MA, MIT Press
- Bolter, J.D. e R. Grusin (2000) (ed. or. 1999), *Remediation: competizione e integrazione tra media vecchi e nuovi*, Milano,

Guerini

Bottiglieri, B. (1987), *STET: strategie e struttura delle telecomunicazioni*, Milano, Franco Angeli

Bottiglieri, B. (1990), *SIP: impresa, tecnologia e Stato nelle telecomunicazioni italiane*, Milano, Franco Angeli

Bottiglieri, B. (1995), *Italcable: un'impresa italiana nello sviluppo internazionale delle telecomunicazioni*, Milano, Franco Angeli

Braudel, F. (1973) (ed. or. 1969), *Scritti sulla storia*, Milano, Mondadori

Briggs, A. e P. Burke (2002) (ed. or. 2000), *Storia sociale dei media: da Gutenberg a internet*, Bologna, Il Mulino

Brügger, N. (2002), *Theoretical Reflections on Media and Media History*, in N. Brügger and S. Kolstrup (eds.), «Media History. Theories, Methods, Analysis», Aarhus, Aarhus University Press

Brunetta G.P. (1979), *Storia del cinema italiano, 1895-1945*, Roma, Editori riuniti (2 voll.)

Butsch, R. (2008), *The Citizen Audience: Cows, Publics and Individuals*, in B. Zelizer (ed.), «Explorations in Communication and History», London and New York, Routledge

Cannistraro, P.V. (1975), *La fabbrica del consenso: fascismo e mass media*, Roma-Bari, Laterza

Casetti, F. (2005), *L'occhio del Novecento: cinema, esperienza, modernità*, Milano, Bompiani

Castronovo V. e N. Tranfaglia (a cura di) (1994), *La stampa italiana nell'eta della TV, 1975-1994*, Roma-Bari, Laterza

Castronovo, V., G. Ricuperati, C. Capra (1976), *La stampa italiana dal Cinquecento all'Ottocento*, Roma-Bari, Laterza

Cavanagh, A. (2007), *Contesting Media History*, «Westminister Papers in Communication and Culture», 4(4), 5-23

Chapman, J. (2005), *Comparative Media History: An Introduction: 1789 to the Present*, Cambridge UK and Malden, Polity

Chiarenza, F. (1978), *Il cavallo morente: trent'anni di Radiotelevisione italiana*, Milano, Bompiani

Ciuffoletti, Z. e E. Tabasso (2005), *Breve storia sociale della comunicazione: da Gutenberg alla rete*, Roma, Carocci

Colombo, F. (1998), *La cultura sottile: media e industria culturale in Italia dall'Ottocento agli anni Novanta*, Milano, Bompiani

- Conference Report (1998), *Media History? University of Westminster, London, 8-10 July 1998*, «Media History», 4(2), 195-202
- Cramer, J.M. (2009), *Media/History/Society: A Cultural History of U.S. Media*, Somerset NJ, Wiley-Blackwell
- Cryle, D. (1999), *Researching Media History: National and Global Perspectives*, «Media History», 5(1), 65-70
- Curran, J. (1991), *Rethinking the Media as a Public Sphere*, in P. Dahlgren and C. Sparks (eds.), «Communication and Citizenship», London, Routledge
- Curran, J. (2002a), *Media and the Making of British Society, c1700-2000*, «Media History», 8(2), 135-154
- Curran, J. (2002b), *Media and Power*, London and New York, Routledge
- Dahl, H.F. (1992), *The Challenges of Media History*, «Nordicom Review», 1-2, 81-84
- Dahl, H.F. (1994), *The pursuit of media history*, «Media, Culture & Society», 16, 551-563
- Day, D. (2007), *Editorial*, «Westminister Papers in Communication and Culture», 4 (4), 1-4
- De Luna, G. (2001), *La passione e la ragione: fonti e metodi dello storico contemporaneo*, Firenze, La nuova Italia
- Doglio, D. e G. Richeri (1980), *La radio. Origini, storia, modelli*, Milano, Arnoldo Mondadori Editore
- Edgerton, D. (1999), *From Innovation to Use: Ten Eclectic Theses on the Historiography of Technology*, «History & Technology», 16, 111-136
- Edgerton, D. (2007), *Shock Of The Old: Technology and Global History since 1900*, Oxford, Oxford University Press
- Faldini, F. e G. Fofi (a cura di) (1979), *L'avventurosa storia del cinema italiano raccontata dai suoi protagonisti: 1935-1969*, Milano, Feltrinelli
- Fang, I. (1997), *A History of Mass Communication: Six Information Revolutions*, Boston, Focal Press
- Flichy, P. (1994) (ed. or. 1991), *Storia della comunicazione moderna. Sfera pubblica e dimensione privata*, Bologna, Baskerville
- Flichy, P. (1996) (ed. or. 1995), *L'innovazione tecnologica: le teorie dell'innovazione di fronte alla rivoluzione digitale*, Milano,

Feltrinelli

Flichy P. (2002), *New Media History*, in L.A. Lievrouw and S. Livingstone (eds.), «Handbook of New Media. Social Shaping and Consequences of ICTs», London, Thousand Oaks, New Delhi, Sage

Forgacs, D. (1992), *L'industrializzazione della cultura italiana, 1880-1990*, Bologna, Il Mulino

Gaeta, G. (1966), *Storia del giornalismo*, Milano, Vallardi (2 voll.)

Giglioli, P. (1994), *Italy: the Coming of Age of Media Studies*, in D. French and M. Richards (eds.), «Media Education Across Europe», London and New York, Routledge

Giovannini, G. (a cura di) (1984), *Dalla selce al silicio: storia dei mass media*, Torino, Gutemberg 2000

Gitelman, L. (2006), *Always Already New: Media, History and the Data of Culture*, Cambridge MA, MIT Press

Godfrey, D.G. (2007), *Editor's Note: Why Teach Historiography or Study Media History?*, «Journal of Broadcasting and Electronic Media», 51(3), 405-409

Gorman, L. e D. McLean (2005) (ed. or. 2003), *Media e società nel mondo contemporaneo: una introduzione storica*, Bologna, Il Mulino

Grasso, A. (1992), *Storia della televisione italiana*, Milano, Garzanti

Habermas, J. (1972), *Storia e critica dell'opinione pubblica*, Bari, Laterza

Hallin, D.C. e P. Mancini (2004), *Modelli di giornalismo: mass media e politica nelle democrazie occidentali*, Roma-Bari, Laterza

Hampton, M. (2005), *Review Essay: Media Studies and the Mainstreaming of Media History*, «Media History», 11(3), 239-246

Hibberd, M. (2008), *The media in Italy: press, cinema and broadcasting from unification to digital*, Maidenhead UK and New York, McGraw Hill/Open University Press

Innis, H.A. (2001) (ed. or. 1950), *Impero e comunicazioni*, Roma, Meltemi

Ijsselsteijn, W.A. (2003), *Presence in the past: What can we learn from media history?*, in G. Riva, F. Davide, & W.A. Ijsselsteijn (eds.), «Being There. Concepts, Effects and Measurements of User Presence in Synthetic Environments», Amsterdam, IOS Press

- Jeanne R. e C. Ford, (1972), *Storia illustrata del cinema italiano*, Milano, Feltrinelli
- Jeanneney, J.N. (1996), *Storia dei media*, Roma, Editori Riuniti
- John, R. (2010), *Network Nation. Inventing American Telecommunications*, Cambridge MA and London, The Belknap Press of Harvard University Press
- Kittler, F. (1990), *Discourse networks 1800/1900*, Stanford CA, Stanford University Press
- Kittler, F. (1999), *Gramophone, film, typewriter*, Stanford CA, Stanford University Press
- Lardellier, P. (dir.) (1999), *Histoire et communication*, Paris and Montreal, L'Harmattan
- Latour, B. (2005), *Reassembling the Social: an Introduction to Actor-Network-Theory*, Oxford, Oxford University Press
- Le Goff, J. (1981) (ed. or. 1974), *La mentalità: una storia ambigua*, in J. Le Goff e P. Nora (a cura di), «Fare storia. Temi e metodi della nuova storiografia», Torino, Einaudi
- Lizzani C. (1961), *Storia del cinema italiano: 1895-1961*, Firenze, Parenti
- Martini, P. (1985), *Tv sorrisi e milioni: l'avventurosa storia dei divi e della televisione italiana*, Milano, Grandi Edizioni Italiane
- Marvin, C. (1994) (ed. or. 1988), *Quando le vecchie tecnologie erano nuove. Elettricità e comunicazione a fine Ottocento*, Torino, UTET-Telecom
- McLuhan, M. (1967) (ed. or. 1964), *Gli strumenti del comunicare*, Milano, Il saggiaiore
- Méadel C. (1997), *De la critique des médias comme exercice historique*, «Vingtième siècle. Revue d'histoire», 55: 148-150
- Menduni, E. (1996), *La più amata dagli italiani: la televisione tra politica e telecomunicazioni*, Bologna, Il Mulino
- Miconi, A. (2005), *Una scienza normale. Proposte di metodo per la ricerca sui media*, Roma, Meltemi
- Monteleone, F. (1976), *La radio italiana nel periodo fascista: studio e documenti: 1922-1945*, Venezia, Marsilio
- Monteleone, F. (1992), *Storia della radio e della televisione in Italia: un secolo di suoni e di immagini*, Venezia, Marsilio
- Monticone, A. (1978), *Il fascismo al microfono: radio e politica*

in Italia, 1924-1945, Roma, Studium

Murialdi, P. (a cura di) (1976), *La stampa italiana del neocapitalismo*, Roma-Bari, Laterza

Nerone, J. (2003), *Approaches to Media History*, in A.N. Valdivia (ed.), «A Companion to Media Studies», Malden MA and Oxford, Wiley-Blackwell

Nerone, J. (2006), *The Future of Communication History*, «Critical Studies in Media Communication», 23(3), 254-262

Nerone, J. (2008), *Newswork, technology and cultural form 1837-1920*, in B. Zelizer (ed.), «Explorations in Communication and History», London and New York, Routledge

Nicholas, S., T. O' Malley, and K. Williams (eds.) (2008), *Reconstructing the Past. History in the Mass Media 1890-2005*, London and New York, Routledge

O' Malley, T. (2002), *Media History and Media Studies: Aspects of the Development of the Study of Media History in the UK 1945-2000*, «Media History», 8(2), 155-173

Ortoleva, P. (1992), *Per una storia dei media: la società comunicante*, Roma, Anicia

Ortoleva, P. (1995a), *Mediastoria: comunicazione e cambiamento sociale nel mondo contemporaneo*, Parma, Pratiche

Ortoleva, P. (1995b), *Un ventennio a colori: televisione privata e società in Italia, 1975-95*, Firenze, Giunti

Ortoleva, P. (2009), *Il secolo dei media: riti, abitudini, mitologie*, Milano, Il Saggiatore

Ottaviano, C. (1997), *Mezzi per comunicare: storia, società e affari dal telegrafo al modem*, Torino, Paravia Scriptorium

Papa, A. (1978), *Storia politica della radio in Italia (1924-1943)*, Napoli, Guida (2 voll.)

Park, D.W., N.W. Jankowski and S. Jones (eds.) (2011), *The Long History of New Media: Technology; Historiography; and Newness in Context*, New York, Peter Lang

Park, D.W. & J. Pooley (eds.) (2008), *The History of Media and Communication Research. Contested Memories*, New York, Peter Lang Publishing

Peters, B. (2009), *And Lead Us Not into Thinking the New is New: a Bibliographic Case for New Media History*, «New Media

- & Society», 11(1/2), 13-30
- Peters, J.D. (2005) (ed. or. 1999), *Parlare al vento. Storia dell'idea di comunicazione*, Roma, Meltemi
- Peters, J.D. (2011) (ed. or. 2008), *La storia come un problema della comunicazione*, «Problemi dell'informazione», n. 2/2011
- Pinch T. and W.E. Bijker (1984), *The Social Construction of Facts and Artefacts: Or How the Sociology of Science and the Sociology of Technology Might Benefit Each Other*, «Social Studies of Science», 14(3), 419-424
- Poe, M.T. (2011), *A History of Communications: Media and Society from the Evolution of Speech to the Internet*. Cambridge and New York, Cambridge University Press
- Poster, M. (2007), *Manifestos for a History of the Media*, in K. Jenkins, S. Morgan, A. Munslow (eds.), «Manifestos for History», New York and Abingdon, Routledge
- Prolo, M.A. (1951), *Storia del cinema muto italiano*, Milano, Poligono
- Rice, R.E. (1984), *The New Media: Communication, Research, and Technology*, Beverly Hills, Sage Publications
- Richeri, G. (1991), *Privatisation du téléphone et intervention publique en Italie après la seconde guerre mondiale*, in C. Bertho-Lavenir (dir.), «L'Etat et les Télécommunications en France et à l'étranger 1937-1987», Genève, Librairie Droz
- Richeri, G. (1992), *Television and New Technologies*, in A. Silj (ed.), «The New Television in Europe», London, John Libbey
- Richeri, G. (2006), *The Media Amidst the Enterprises, the Public and the State*, «Studies in Communication Sciences», 6 (2), 131-143
- Salokangas, R. (2002), *Media Becomes Communication History – or Cultural History?*, «Nordicom Review», 1-2, 101-105
- Scannel, P. (2002), *History, Media and Communication*, in K.B. Jensen (ed.), «A Handbook of Media and Communication Research: Qualitative and Quantitative Methodologies», London, Routledge
- Scannel, P. (2004), *Broadcasting Historiography and Historically*, «Screen», 45 (2), 130-141
- Schudson, M. (1991), *Historical Approaches to Communication Studies*, in K.U. Jensen and N.W. Jankowski (eds.), «A Handbook of Qualitative Methodologies for Mass Communication Research»,

- London and New York, Routledge
- Sloan D. and J.D. Startt (1996), *The Media in America. A History*, Northport, Vision Press
- Staiger, J. (2004), *The Future of the Past*, «Cinema Journal», 44(1), 126-129
- Staiger, J. and S. Hake (eds.) (2009), *Convergence Media History*, New York, Routledge
- Starr, P. (2004), *The Creation of the Media: Political Origins of Modern Communications*, New York NY, Basic Books
- Sterling, C.H. and M.C. Keith (2006), *Where Have All the Historians Gone? A Challenge to Researchers*, «Journal of Broadcasting & Electronic Media», 50(2), 345-357
- Stöber, R. (2004), *What Media Evolution is: a Theoretical Approach to the History of New Media*, «European Journal of Communication», 19(4), 483-505
- Thorburn, D. and H. Jenkins (eds.) (2003), *Rethinking Media Change: the Aesthetics of Transition*, Cambridge MA, MIT Press
- Uricchio, W. (2003), *Historicizing Media in Transition*, in D. Thorburn and H. Jenkins (eds.), «Rethinking Media Change: The Aesthetics of Transition», Cambridge MA, MIT Press
- Uricchio, W. (2004), *Re-Discovering the Challenge of Textual Instability: New Media's Lessons for Old Media Historians*, in J. Fullerton (ed.), «Screen Culture: History and Textuality», Eastleigh UK, John Libbey Publishing
- Van Vree, F. (1992), *Tradition and Innovation in the Historiography of the Mass Media*, «Historical Research in the Low Countries», 8, 89-100
- Varni, A. (2002), *Storia della comunicazione in Italia: dalle gazzette a internet*, Bologna, Il Mulino
- Wartella, E. (1996), *The History reconsidered*, in E.E. Dennis and E. Wartella (eds.), «American Communication Research – The Remembered History», Mahwah NJ, Lawrence Erlbaum Associates
- Williams, R. (2000) (ed. or. 1974), *Televisione. Tecnologia e forma culturale*, Roma, Editori Riuniti
- Winsek, D. (1999), *Back to the Future: Telecommunications, Online Information Services, and Convergence from 1840 to 1910*, «Media History», 5(2), 137-157

- Winston, B. (1998), *Media Technology and Society: A History from the Telegraph to the Internet*, London and New York, Routledge
- Zelizer, B. (2008), *When Disciplines Engage*, in B. Zelizer (ed.), «Explorations in Communication and History», London and New York, Routledge
- Zielinski, S. (2006), *Deep Time of the Media: Toward an Archaeology of Hearing and Seeing by Technical Means*, Cambridge MA, MIT Press

Sitografia

- <http://communicationhistory.org>
- <http://historyofcommunicationresearch.org/bibliography>
- <http://iamcr.org/s-wg/cctmc/history-mainmenu-152>
- <http://iamhist.org/about>
- <http://www.ku-eichstaett.de/ecrea>
- <http://www.mercurians.org>
- <http://www.tensionsofeurope.eu>

In questo numero:

Alberto Abruzzese, docente all'Università Iulm di Milano, dov'è pro rettore allo sviluppo, innovazione e relazioni internazionali; **Silvio Alovisio** è ricercatore di Storia e critica del cinema all'Università di Torino; **Gabriele Balbi**, ricercatore all'Università della Svizzera italiana di Lugano, è attualmente visiting fellow alla Columbia e alla Westminster University; **Patrice Flichy**, direttore della rivista «Réseaux», è docente di Sociologia all'Università di Marne la Vallée; **Elena Lamberti** è ricercatore di Letterature angloamericane all'Università di Bologna; **Andrea Miconi** è ricercatore di Sociologia della comunicazione all'Università Iulm di Milano; **Peppino Ortoleva** è docente di Storia dei mezzi di comunicazione all'Università di Torino; **John Durham Peters** è docente di Media History and Social Theory alla Iowa University; **Giuseppe Richeri**, docente all'Università della Svizzera italiana di Lugano, dov'è direttore dell'Istituto Media e Giornalismo e dell'Osservatorio sui Media in Cina.

